



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Journalismus und Qualität - Analyse zum Umgang mit
Fremdmaterial in der österreichischen, tagesaktuellen
Fernsehnachrichtenberichterstattung
(ORF, ATV+, Puls 4)“

Verfasserin

Lea Hizgilov, Bakk. phil

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.^a phil)

Wien, 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Ao.Univ.Prof. Dr. Friedrich Hausjell

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	1
1.1	FORSCHUNGSFELD	2
1.2	FORSCHUNGSFRAGEN UND ANNAHMEN	2
1.3	ZIELSETZUNG UND AUFBAU DER ARBEIT	3
2	BEGRIFFSDEFINITIONEN	5
2.1	NACHRICHTEN	5
2.2	JOURNALISMUS	7
3	THEORETISCHER RAHMEN	10
3.1	GATEKEEPER.....	10
3.2	NACHRICHTENWERT	11
3.3	BILD UND FILMTHEORIE.....	16
3.3.1	<i>Philosophisch-psychologische Bildtheorie</i>	16
3.3.2	<i>Kinematographische Bildtheorie</i>	18
3.3.3	<i>Theorie zum gegenwärtigen Status der Bilder</i>	21
3.3.4	<i>Medienbilder</i>	24
3.4	MEDIENETHIK	29
3.4.1	<i>Begriffsdefinition</i>	29
3.4.2	<i>Theorieansätze der Medienethik</i>	31
4	FUNKTIONEN DER MEDIEN.....	35
4.1	INFORMATIONSFUNKTION	35
4.2	SOZIALE UND KULTURELLE FUNKTIONEN	36
4.3	POLITISCHE FUNKTIONEN	37
4.4	WIRTSCHAFTLICHE FUNKTIONEN.....	38
5	FERNSEHNACHRICHTEN	39
5.1	DEFINITION VON FERNSEHNACHRICHTEN	39
5.2	GESCHICHTE DER FERNSEHNACHRICHTEN	41
5.3	„ZiB“	45
5.3.1	<i>Veränderung der „ZiB“ 1975</i>	46
5.3.2	<i>Veränderung der „ZiB“ 1979</i>	47
5.3.3	<i>Veränderung der „ZiB“ 1984</i>	48
5.3.4	<i>Veränderung der „ZiB“ 1990</i>	48
5.3.5	<i>Die „ZiB“ heute</i>	49
5.4	ATV-AKTUELL	50
5.5	PULS 4 AUSTRIANews	51

5.6	QUELLEN UND MATERIALBASIS VON FERNSEHNACHRICHTEN.....	54
5.6.1	Wortagenturen.....	54
5.6.2	Filmagenturen.....	56
5.6.3	Bildagenturen.....	57
5.6.4	Außenbüros und externe Produktionsfirmen.....	57
5.6.5	User Generated Content.....	58
5.7	QUALITÄT UND FERNSEHNACHRICHTEN.....	64
5.7.1	Qualitätsjournalismus.....	65
5.7.2	Das magische Vieleck der Qualitätssicherung.....	68
5.7.3	Qualitätskriterien von Fernsehnachrichten.....	69
6	KRITISCHER VERGLEICH DER GESETZLICHEN RAHMENBEDINGUNGEN FÜR ÖSTERREICHISCHE FERNSEHNACHRICHTEN	71
6.1	ORF-GESETZ (ORF-G).....	71
6.2	PRIVATFERNSEHGESETZ (PrTV-G)	74
6.3	REDAKTEURSTATUTE IM VERGLEICH	75
6.4	FERNSEHRECHTLINIEN DER EU.....	77
7	ANALYSE DES UMGANGS MIT FREMDMATERIAL IN DER ÖSTERREICHISCHEN TV-NACHRICHTENREDAKTIONEN.....	79
7.1	UNTERSUCHUNGSMETHODE.....	79
7.2	FORSCHUNGSABLAUF	81
7.3	INTERPRETATION UND ZUSAMMENFASSUNG DER EXPERTENINTERVIEWS	81
7.4	BEANTWORTUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN UND ANNAHMEN	86
8	RESÜMEE UND AUSBLICK	92
9	LITERATURVERZEICHNIS	96
9.1	BÜCHER:.....	96
9.2	HOCHSCHULSCHRIFTEN UND WISSENSCHAFTLICHE AUFSÄTZE:.....	99
9.3	ONLINE-QUELLEN:	99
10	ANHANG.....	103
10.1	ABSTRACT (ENGLISCH)	103
10.2	ABSTRACT (DEUTSCH)	104
10.3	REDAKTEURSSSTATUT PRIVATSENDER.....	105
10.3.1	Redakteursstatut ATV+	105
10.3.2	Redakteursstatut Puls 4.....	110
10.4	INTERVIEWLEITFADEN	111
10.5	TRANSKRPTIONEN DER INTERVIEWS.....	113
10.6	LEBENS LAUF.....	130

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: JOURNALISTENNORMEN.....	9
ABBILDUNG 2: NACHRICHTENFAKTOREN IM VERGLEICH	15
ABBILDUNG 3: WOCHENSCHAUEN DEUTSCHLAND.....	42
ABBILDUNG 4: DREI KRITERIEN FÜR USER GENERATED CONTENT.....	59
ABBILDUNG 5: UGC-BEISPIEL: NEDA.....	63
ABBILDUNG 6: UGC-BEISPIEL: ATV+ MEINEWAHL.....	64
ABBILDUNG 7: MAGISCHE VIELECK DER QUALITÄTSSICHERUNG	68
ABBILDUNG 8: INHALTSANALYTISCH MESSBARE DIMENSIONEN DER QUALITÄT VON MEDIENANGEBOTEN ..	70

Aus Gründen der Orthographie (Großbuchstabe „I“ im Wortinneren) und der besseren Lesbarkeit (permanente Verwendung der kumulativen Form) wird in der folgenden Arbeit auf geschlechtsspezifische Trennung von Begriffen (wie beispielsweise, „JournalistIn“) verzichtet und nur die männliche Form verwendet. Dies impliziert selbstverständlich auch die weibliche Form.

1 Einleitung

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit Fernsehnachrichten und dem Umgang mit Fremdmaterial in der österreichischen, tagesaktuellen Berichterstattung. Mit Fremdmaterial wird in dieser Arbeit all jenes Material bezeichnet, welches nicht von der eigenen Redaktion selbst produziert wurde. Insbesondere liegt der Fokus der Arbeit auf der Ermittlung jener Kriterien, die für die Auswahl von Fremdmaterial angewendet werden. Eine weitere wichtige Rolle liegt in der Offenlegung gesetzlicher Bestimmungen, interner Richtlinien sowie medienethischen Normen, die den Umgang mit diesen Materialien regeln.

Die Brisanz sowie die Aktualität dieses Themas zeigten sich in den letzten Monaten durch Ausstrahlung der Demonstrationen im Iran zur Präsidentschaftswahl. Es befand sich eine große Anzahl an Youtube und Twitter-Videos im Umlauf, deren Ursprung, Entstehungszeitraum und Ort unbekannt waren und deshalb zu Verwirrung führten. Einige Nachrichtensender verwendeten das Material nur unter Vorbehalt, andere gar nicht. Die Tragweite von gefälschtem oder manipuliertem Videomaterial lässt sich anhand der jüngsten Ausschreitungen Georgiens darlegen. Der Sender IMEDI-TV strahlte am 13. März 2010 kurz vor acht Uhr abends Bilder aus, die den Einmarsch russischer Truppen in Georgien suggerierten. Die russische Nachrichtenagentur übernahm sogleich die Meldung, welche in weiterer Folge zur Massenpanik unter der georgischen Bevölkerung führte. Dieses Fallbeispiel wirft Fragen auf wie: „Gibt es Richtlinien, die so eine Situation hätten verhindern können? Sind Kriterien für die Auswahl von Fremdmaterial vorhanden? Welche Kriterien gelten bei der Auswahl? Werden bestimmte Quellen der Materialsammlung bevorzugt? Welche geltenden gesetzlichen Richtlinien regulieren den Umgang mit Fremdmaterial?“

Anhand von Experteninterviews soll diese Arbeit erforschen, welche Kriterien bei der Auswahl und Verwendung von Fremdmaterial zum tragen kommen. Zunächst soll jedoch durch die theoretischen Erkenntnisse in diesem Forschungsfeld eine Basis für die nachfolgende Empirie geboten werden. Vor allem Kriterien wie

Qualitätsstandards und Nachrichtenwerte des Journalismus sollen später mit den Ergebnissen der Interviews verglichen und ausgewertet werden. Des Weiteren soll im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit eine kritische Auseinandersetzung mit den geltenden Gesetzen der Fernsehnachrichten erfolgen.

1.1 *Forschungsfeld*

Das Forschungsfeld dieser Arbeit ist eine Kombination aus Kommunikator-, Medieninhalts- und Medienforschung. Die Kommunikatorforschung beschäftigt sich mit dem Aspekt von Umfeldeinflüssen, die Journalisten bei der Auswahl und dem Umgang mit Fremdmaterial beeinflussen. Die medieninhaltliche Perspektive dieser Arbeit setzt sich mit den Kriterien der Auswahl und des Umgangs auseinander und die Medienforschung mit den gesetzlichen, medienethischen sowie technischen Beschränkungen, die für das Medium vorherrschen.

1.2 *Forschungsfragen und Annahmen*

Die Themenblöcke Umgang, Auswahl, bzw. Kriterien sowie Richtlinien, die für das Arbeiten mit Fremdmaterial im Fernsehnachrichtenjournalismus herrschen, schlagen sich auch in den folgenden Forschungsfragen und Annahmen nieder, die mittels theoretischer Ansätze und empirischer Forschung im Laufe der Arbeit verifiziert bzw. falsifiziert werden sollen.

F1: Welche Bestimmungen gelten für Nachrichtenjournalisten der tagesaktuellen Berichterstattung im Umgang mit Fremdmaterial?

A1: Es gibt gesetzliche sowie redaktionelle Bestimmungen, die den Umgang mit Fremdmaterial regeln.

A2: Der Umgang mit Fremdmaterial unterliegt der Journalistenethik und ist nicht konkret ausformuliert.

F2: Welche Kriterien muss Fremdmaterial aufweisen um Bestandteil der tagesaktuellen Berichterstattung einer österreichischen Nachrichtensendung zu werden?

A3: Die Auswahl des Fremdmaterials richtet sich nach bestimmten Attributen wie nach jenen der Nachrichtenfaktoren.

A4: Die Auswahl richtet sich nach Vertrauenswürdigkeit bzw. Seriosität der Anbieter des Fremdmaterials.

F3: Wie wird Fremdmaterial auf seine Richtigkeit geprüft?

A5: In der Regel wird Fremdmaterial von vertrauenswürdigen Anbietern ohne weitere Prüfung übernommen.

A6: Jedes Material, welches nicht selbst produziert wird, wird unter Berücksichtigung bestimmter Kriterien geprüft.

1.3 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Das erste Kapitel dieser Arbeit bietet Definitionen von Begriffen, die für den weiteren Verlauf der Analyse und des theoretischen Ansatzes wichtig sind. Den Anfang des theoretischen Rahmens bildet die Theorie des Gatekeepers und der Nachrichtenwerte. Dies soll veranschaulichen, welche vorgefertigten Kriterien für die Auswahl von Fremdmaterial relevant sind. Die Theorie der Medienbilder setzt sich mit dem wichtigsten Element einer Fernsehnachrichtensendung auseinander, dem Bild. Sie soll darlegen weshalb es wichtig ist Bilder auf ihre Echtheit zu prüfen und veranschaulichen welche Möglichkeiten der Verfälschung vorhanden sind. Den Abschluss der theoretischen Ansätze bildet die Medienethik. Vor allem werden unter diesem Punkt der Begriff und die vielen Facetten davon geklärt.

Einen Schwerpunkt der Arbeit bildet das Kapitel Fernsehnachrichten, welches sich sowohl historisch als auch gegenwärtig mit den TV-Nachrichten des österreichischen Fernsehens auseinandersetzt. Dieser Abschnitt beschäftigt sich

ebenfalls mit den verschiedenen Materialien, die für Nachrichtensendungen zur Verfügung stehen. Das nachfolgende Kapitel setzt sich kritisch mit den gesetzlichen Regulierungsmaßnahmen dieser Sendungen auseinander. Anschließend wird die Untersuchungsmethode dieser Arbeit, die Experteninterviews, vorgestellt und eine Zusammenfassung und Interpretation davon abgehandelt. Durch die Theorie und die Analyse der Experteninterviews sollen die bereits vorgestellten Forschungsfragen und Annahmen beantwortet werden. Das abschließende Kapitel fasst die Erkenntnisse dieser Arbeit zusammen und bietet Anreiz, zur dargebotenen Thematik weiterführende Forschung zu betreiben.

Die Zielsetzung dieser Arbeit besteht darin, eine Transparenz gegenüber redaktionsinterner „Prozeduren“ der Materialauswahl zu schaffen. Weiteres soll durch den Vergleich der Gesetzeslage in Österreich die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Umgang mit Fremdmaterial aufgezeigt werden. Anhand dieser Analysen sollen herausgefunden werden, ob medienethische oder rechtliche Kriterien ausschlaggebend für die Auswahl und den Umgang mit Fremdmaterial sind.

2 Begriffsdefinitionen

Dieses Kapitel setzt sich mit Termini auseinander, die für diese wissenschaftliche Arbeit von essenzieller Wichtigkeit sind. Weitere Definitionen folgen in den nachkommenden Abschnitten.

2.1 Nachrichten

Mehrere berühmte Wissenschaftler setzten sich mit dem Terminus „Nachricht“ auseinander, darunter auch Emil Dovifat. Seiner Definition nach sind Nachrichten:

„Mitteilungen über neue, im Daseinskampf des einzelnen und der Gesellschaft auftauchende Tatsachen.“¹

Dovifats Definition ist frei von den Akteuren des Journalismus und beschäftigt sich einzig und alleine mit dem, was seiner Meinung nach eine Nachricht ausmacht. Es wird in der Erklärung nur auf das Attribut der „Neuheit“ aufmerksam gemacht. Walther von La Roche hingegen definierte die Nachricht als:

„die objektive Mitteilung eines allgemein interessierenden, aktuellen Sachverhalts in einem bestimmten formalen Aufbau“²

Damit geht er bereits einen Schritt weiter und unterstellt ein Qualitätskriterium, nämlich die „Objektivität“ der Mitteilung. Während Dovifat die Nachricht als etwas „Neues“ definiert, ersetzt La Roche es durch etwas „Aktuelles“. Des Weiteren unterscheidet er den Begriff Nachricht in seiner Definition durch das Interesse des Rezipienten und vordefinierte Formalien, welche eine Mitteilung erst zu einer Nachricht macht.

Der Publizistikwissenschaftler Joachim Westerbarkey wertet die Nachrichten als:

¹ Dovifat, In: Weischenberg, Journalistik, 1995, S. 154

² La Roche, Einführung in den praktischen Journalismus, 1980, S. 62

„deskriptive Aussagen von geringer thematischer und sprachlicher Komplexität über Ereignisse. Ereignisse sind Veränderungen von Beständen oder Veränderungen von Veränderungen, die als solche wahrgenommen werden.“³

Mit dieser etwas unkonventionellen Definition von Nachrichten möchte Westerbarkey laut Weischenberg, Kritik an jenen Nachrichtenredaktionen üben, die sich ausschließlich der menschlichen Neugierde hingeben, damit das Wahrnehmungsmuster der Rezipienten beeinflusst wird, welches in Folge dessen zu einer verzerrten Selektionsprozedur führt.⁴

Schulz sieht die Nachricht im weiteren Sinn als Synonym für Mitteilung oder Botschaft im Kommunikationsprozess. Im engeren Sinn, wie im Journalismus, hat die Nachricht seiner Meinung nach, eine viel speziellere Bedeutung. Diese kann durch Medien wie Fernsehen oder Radio publik gemacht werden und enthält ein aktuelles Ereignis, welches auf ein breites Interesse in der Öffentlichkeit stößt. Er geht auch von bestimmten Kriterien aus, die eine Nachricht beeinflussen. Darüber hinaus misst er der Nachrichtenberichterstattung eine hohe Verantwortung bei, denn diese übernimmt durch Massenmedien die wichtige Funktion der Informationsverbreitung.⁵

Claudia Mast betont in ihrem Buch zum Leitfaden für die Redaktionsarbeit, dass nicht jede Information als eine Nachricht geeignet sein muss. Dass, zum Beispiel der Flug nach Wien planmäßig ankam und die Passagiere nach dem Stillstand des Flugzeuges ausstiegen oder, dass eine Kinovorstellung gut besucht war, ist noch keine Nachricht. Was fehlt ist der Nachrichtenwert, der vorhanden ist, wenn etwas Unerwartetes, Ungewöhnliches oder Überraschendes geschieht.⁶

Die niederländische Medienkommission (Commissariaat voor de Media) definiert Nachricht anhand von drei Kriterien: Aktualität, geografische Vielfalt und

³ Westerbarkey, In: Weischenberg, Journalistik, 1995, S. 155

⁴ Vgl. Weischenberg, Journalistik, 1995, S. 155

⁵ Vgl. Noelle-Neumann / Schulz / Wilke, Das Fischer Lexikon, 2000, S. 307

⁶ Vgl. Mast, ABC des Journalismus, 2004, S. 242

Landessprache. Die Aktualität bezieht sich auf die zeitliche Nähe zum Ereignis, die geografische Vielfalt ist ein inhaltliches Kriterium, welches sich auf den Ort des Ereignisses referenziert und die Landessprache bezieht sich auf die Sprache des am Ausstrahlungsort gesendeten Beitrags⁷.

Alle genannten Definitionen haben einen gemeinsamen Nenner, der sich aus dem Vorhandensein von Attributen in Nachrichten zusammensetzt. Diese Kriterien werden im Kapitel zur Theorie des Nachrichtenwertes (Kap. 3.2) sowie des Qualitätsjournalismus (Kap. 5.7.1) näher erläutert.

2.2 Journalismus

Brockhaus bezeichnet Journalismus als eine *„publizistische Arbeit in Presse, audiovisuellen Medien, Nachrichtenagenturen, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, die neben dem Recherchieren, Bearbeiten und Präsentieren der Meldungen auch deren Interpretation und Analyse umfasst.“*⁸

Der Begriff „Journalismus“ oder „Journalistik“ existiert schon seit dem 19. Jahrhundert, jedoch wurde erst in den letzten Jahren versucht diesen Terminus als wissenschaftliches System zu identifizieren. Der Journalismus beschäftigt sich einerseits mit den Akteuren – den Journalisten – und andererseits mit deren Umgang mit Information. Die Journalistik ist die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Journalismus.⁹

Etwas genauer fällt Manfred Rühls Begriffsbestimmung für diesen Terminus aus. Seine bekannte systemtheoretische Definition von Journalismus wird in der Kommunikationswissenschaft sehr geachtet. „Journalismus“ erklärt er durch seine Hauptfunktion, welche durch die *„Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation“*¹⁰ zustande kommt. Wobei die Themen durch das

⁷ Vgl. Lauf, In: Becker /Holtz-Bacha /Reus, Wissenschaft mit Wirkung, 2009, S. 120

⁸ Bibliographisches Institut, F. A. Brockhaus AG et al., 2008

⁹ Vgl. Weischenberg, Journalistik, 2004, S. 13f

¹⁰ Rühl, Manfred, Journalismus und Gesellschaft, 1980, S. 319

Aktualitätsprinzip seiner Meinung nach vorselektiert werden und bestimmend wirken.¹¹

Eine weitere Definition dieses Terminus stammt von Bernd Blöbaum der den Journalismus einerseits als „*ein Instrument der Gesellschaft, mit dem sich diese ständig selbst beobachtet*“¹² bezeichnet.

Außerdem meint er: „*Journalismus beobachtet andererseits für Teilsysteme die Umwelt und versorgt diese Systeme mit Information über diese Umwelt.*“¹³ In dieser Definition wird dem Journalismus eine Art „Wächterfunktion“ zugesprochen, welche der Gesellschaft einen Spiegel vorhält. Weiters dient er laut der Begriffsbestimmung als Informant der Systeme über die Umwelt.

In diesem Zusammenhang setzt der Informationsjournalismus eine Art Berufsverständnis von Journalisten voraus, welche sich in den letzten 150 Jahren entwickelt hat. Zu den wichtigsten Punkten dieses Berufsverständnisses gehören: der Umgang mit der Beobachterrolle, als auch die Objektivität und Unabhängigkeit gleich welche Machtverhältnisse vorherrschen. Die Veröffentlichung und Prüfung anstehender Aufgaben gehören ebenso zu seinem Aufgabenbereich, wie das Gebot der Quellentransparenz und die umfassende Recherche.

In rund 120 Staaten sind die Hauptmerkmale dieser professionellen Kompetenz des Informationsjournalismus anerkannt. Diese Staaten verzeichnen verschiedene Journalisten- und Medienverbände mit Leitnormen, den sogenannten „Codes of Conducts“ für Journalisten. Der International Press Council versuchte einen Nenner zu finden, an den sich Journalisten weltweit halten sollten.¹⁴

Michael Haller listet in seinem Werk „Das freie Wort und seine Feinde“ die Journalistennormen auf, welche in meiner Arbeit in verkürzter Form und grafisch dargestellt sind um sich einen Überblick zu verschaffen.

¹¹ Vgl. Löffelholz, Theorie des Journalismus, 2004, S. 146

¹² Blöbaum, Journalismus als soziales System, 1994, S. 321.

¹³ Vgl. Blöbaum, Journalismus als soziales System, 1994, S. 321

¹⁴ Vgl. Haller, Medienethik, 2003, S. 26



Abbildung 1: Journalistennormen¹⁵

¹⁵ Quelle: Vgl. Inhalt nach: Haller, Das freie Wort und seine Feinde, 2003, S. 26f

3 Theoretischer Rahmen

In diesem Kapitel werden Theorien erklärt, die als Basis und als Unterstützung für die empirische Forschung herangezogen werden. Viele Theorien wie z.B. die Gatekeeper-Theorie oder die Nachrichtenwert-Theorie sind Annahmen für die Auswahl von Fremdmaterial und sollen in weiterer Folge durch die Empirie bestätigt oder verworfen werden.

3.1 Gatekeeper

Die Gatekeeper-Theorie setzt sich erstmals wissenschaftlich mit der Behauptung auseinander, dass es Personen gibt, die als sogenannte „Schleusenwärter“ fungieren und über Veröffentlichung von Meldungen entscheiden. Empirisch wurde dies erst 1950 durch David M. White untersucht. Dieser lehnte seine Untersuchung über das Einkaufsverhalten von Hausfrauen und den Schleusen und Pforten, die zu der Auswahl von Lebensmitteln führen, an die Studie des Sozialpsychologen Kurt Lewin an. White übernahm dieses Konzept und legte es auf den Entscheidungsprozess der Nachrichtenauswahl aus. Sein Untersuchungsobjekt war die Person, welche zuständig für die Nachrichtengebung der „wire editor“-Zeitung war. Der Prozess vom Lesen der Meldungen aus verschiedenen Wortagenturen bis zum Erscheinen der Meldungen in der Zeitung, wurde mittels Inhaltsanalyse untersucht. Der Schleusenwärter musste auf der Rückseite der Meldungen, die es nicht in die Zeitung geschafft hatten, den Grund für die Ablehnung nennen.¹⁶

Ergebnis der Untersuchung war, dass viele Meldungen einfach aus Platzgründen nicht ausgewählt wurden. Viel überraschender war jedoch das Resultat, welches zeigte, dass es bestimmte Attribute gab, die eine Nachrichtenauswahl erleichterten oder ausschlossen. In dieser Studie wurden vor allem Beiträge, die der Gatekeeper als zu trivial, geschmacklos oder uninteressant einstufte, nicht genommen. Sowohl organisatorische als auch zeitliche und subjektive Gründe spielten laut den Ergebnissen Whites eine Rolle bei der Auswahl der Meldungen.

¹⁶ Vgl. Boetzkes, Organisation als Nachrichtenfaktor, 2008, S. 20ff

Das Hauptaugenmerk jedoch legte er in die subjektive Auswahl durch den Schleusenwärter, welche seiner Meinung nach durch das persönliche Erleben, seine Erwartung und seine Einstellung das Nachrichtenbild prägte.¹⁷

Trotz der Kritik über Whites Empirie – sie war für viele Wissenschaftler zu einseitig da die Untersuchungsdauer nur eine Woche betrug und nur eine Redaktion untersucht wurde – wurden einige Nachfolgestudien veröffentlicht. Beispielsweise untersuchte Walter Gieber 1956 16 kleinere Tageszeitungen. Ralph D. Casey und Thomas H. Copeland untersuchten 1958 19 Tageszeitungen auf ähnliche Ergebnisse welche darlegen, dass der subjektive Einfluss bei der Nachrichtenauswahl eine erhebliche Rolle spielt.¹⁸

Zusammenfassend wird als Gatekeeper jene Person bezeichnet, welche an bestimmten Pforten darüber entscheidet welche Meldungen zu öffentlichen Meldungen werden und welche nicht. Damit trägt der Schleusenwerter zur Formung des Gesellschafts- bzw. Weltbildes der Rezipienten bei. Der Prozess an sich ist gleichbedeutend mit der Begrenzung von Informationsmenge, damit wird vorbestimmt welche Themen durch die Auswahl als kommunikationswürdig erachtet und welche unbeachtet ignoriert werden. White versteht den Prozess als eine Art Herausfiltern und die richtige Adressierung von Informationen.¹⁹

3.2 Nachrichtenwert

Einen Schritt weiter als die Gatekeeper-Theorie geht die Theorie der Nachrichtenwerte, die von einer Selektion durch Journalisten ausgeht und ein mehrmals wissenschaftlich untersuchtes Schemata für die Auswahl anbietet.

Der Nachrichtenwert ist für das Selektieren von Nachrichten besonders wichtig. Es ist eine Anleitung für Journalisten, der Komplexität des Meldungsüberflusses gerecht zu werden. Je mehr Faktoren des Nachrichtenwertes eine Meldung

¹⁷ Vgl. Boetzkes, Organisation als Nachrichtenfaktor, 2008, S. 25f

¹⁸ Vgl. Boetzkes, Organisation als Nachrichtenfaktor, 2008, S. 27f

¹⁹ Vgl. Boetzkes, Organisation als Nachrichtenfaktor, 2008, S. 24

beinhaltet, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit einer medialen Veröffentlichung. Die vier berühmtesten Schemata der Nachrichtenselektion gehen auf Johan Galtung und Marie Holmboe Ruge (1965), Winfried Schulz (1976), Joachim Friedrich Staab (1990) und Michaela Maier, Georg Ruhrmann und Kathrin Klietsch (2006) zurück. Doch die erste Theorie eines Nachrichtenwertes geht auf Walter Lippmann zurück, welcher 1922 die „news values“ entwickelte.²⁰

Lippmanns Theorie widmete sich der Reduktion des Komplexitätsgrades der Wirklichkeit. Die Nachrichten konnten die Wirklichkeit nicht widerspiegeln, sondern nur einen Teilausschnitt der Realität. Lippmann suchte nach Kriterien, die den Unterschied zwischen veröffentlichungswürdigen Nachrichten und jenen, die als nicht veröffentlichungswürdig eingestuft wurden, beschreiben. Aufgrund seiner Ergebnisse legte er den Grundstein aller folgenden Nachrichtenfaktoren. Die Faktoren die nach Lippmann selektionsrelevant waren, sind:²¹

- **Ungewöhnlichkeit:** Dazu zählen überraschende oder sensationelle Ereignisse.
- **Etablierung:** Ereignisse welche bereits Gegenstand einer Berichterstattung waren tragen bereits deshalb einen höheren Nachrichtenwert in sich.
- **Dauer:** Kurze und aufsehenerregende Begebenheiten werden höher eingestuft als Begebenheiten, die über einen langen Zeitraum hinweg andauern.
- **Einfachheit:** Schwer zu erklärende bzw. bei Fernsehnachrichten zu bebildende Meldungen. Diese haben einen geringeren Faktor als Meldungen die „einfach“ gehalten sind.
- **Bedeutung:** Bezieht sich auf die Relevanz des Informationsgehalts für die Rezipienten der Nachricht.
- **Prominenz:** Dieser Faktor bezieht sich auf Meldungen, die sich mit bekannten oder einflussreichen Personen auseinandersetzen.
- **Räumliche Nähe:** Bezeichnet die Distanz vom Verbreitungsraum des Mediums zum Ereignisort.

²⁰ Vgl. Boetzkes, Organisation als Nachrichtenfaktor, 2008, S. 55f

²¹ Vgl. Lippmann In: Boetzkes, Organisation als Nachrichtenfaktor, 2008, S. 56

Die aufgezählten Faktoren nach Lippmann boten für die nachkommenden Wissenschaftler den Nährboden für die Weiterentwicklung von Nachrichtenfaktoren. Während das Grundgerüst der „news values“ bei allen vier genannten Wissenschaftlern gleich blieb oder nur leicht abgeändert wurde, kamen Faktoren wie Personalisierung, Schaden, Ethnozentrismus, Variation, Negativität und weitere mit den Jahren dazu. Als Vergleich zu den Faktoren von Lippmann dient die nachfolgende Tabelle. Die angeführten Nachrichtenfaktoren werden in der Empirie mit den Antworten der Nachrichtenjournalisten konfrontiert. Wichtig ist dieser Vergleich deshalb, da bei der Auswahl des Fremdmaterials unter anderem den Nachrichtenfaktoren eine bedeutende Rolle zugemessen wird.

Maier, Ruhrmann, Woelke und Diehlmann boten die bis dato umfangreichste Faktorensammlung mit ganzen 22 Selektionskriterien in ihrer Untersuchung: „Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren“. Die Untersuchung verlief vielschichtig und begann mit einer Inhaltsanalyse der Hauptnachrichten von acht deutschen Sendern. Weiters wurden anhand einer Analyse Journalisten, TV-Nachrichten sowie Rezipienten beobachtet und Journalisten zu Nachrichtenwerten befragt. Das Ergebnis waren die bereits angeführten Nachrichtenfaktoren. Einzigartig und von den anderen Theoretikern nicht erwähnt, ist der Faktor der Emotionen im Bild, welcher für Fernsehnachrichtensendungen von erheblichem Wert ist, da das Bild beim Medium Fernsehen ein entscheidendes Kriterium ist. Mit Emotionen im Bild ist die bildliche Darstellung von menschlichen Gemütsregungen wie z.B. Trauer, Wut, Angst, Verzweiflung und Freude gemeint. Dies kann man aufgrund von Gestik und Mimik im Bild erkennen.²²

Die Faktoren Visualität sowie Sexualität und Erotik werden in diesem Zusammenhang ebenfalls zum ersten Mal erwähnt. Sie beziehen sich auf den Grad der Veranschaulichung eines Nachrichtenbeitrags sowie der sexuellen oder erotischen Darstellungen oder deren Anspielungen in Beiträgen. Interessant ist für die Auswahl von Fremdmaterial ebenfalls der Faktor Faktizität, welchen bereits

²² Vgl. Diehlmann/ Maier/ Ruhrmann/ Woelke, Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen, url: <http://www.lfm-nrw.de/downloads/studie-nachrichtenwert.txt> Zugriff: 22.05.10

Staab in seiner Ausführung von Nachrichtenfaktoren 1990 erwähnt hat. Die Faktizität bezieht sich in diesem Kontext auf den Tatsachenbestand von verschiedenen Situationen wie z.B. aus der Politik. Misst man diesen Faktoren hohen Wert bei, so hat das Vertrauen zu Anbietern solcher Meldungen einen hohen Stellenwert.²³

²³ Vgl. Diehlmann/ Maier/ Ruhrmann/ Woelke, Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen url: <http://www.lfm-nrw.de/downloads/studie-nachrichtenwert.txt> Zugriff: 22.05.10

Galtung/Ruge (1965)	Schulz (1976)	Staab (1990)	Maier et al. (2006)
Frequenz	Zeitliche Ausdehnung		
Schwellenfaktor			
Eindeutigkeit	Struktur		
Bedeutsamkeit	Relevanz	Reichweite	Reichweite
	Erfolg	Möglicher Erfolg/Nutzen Tatsächlicher Erfolg/Nutzen	Nutzen/Erfolg
	Schaden	Möglicher Schaden/Misserfolg Tatsächlicher Schaden/Misserfolg	Schaden/Misserfolg
Konsonanz	Ethnozentrismus		Deutsche Beteiligung
	Räumliche Nähe	Räumliche Nähe	Räumliche Nähe
	Politische Nähe	Politische Nähe	Politische Nähe
	Kulturelle Nähe	Kulturelle Nähe	Kulturelle Nähe
		Wirtschaftliche Nähe	Wirtschaftliche Nähe
Überraschung	Überraschung	Überraschung	Überraschung
Kontinuität	Thematisierung	Etablierung von Themen	Etablierung von Themen
		Zusammenhang von Themen	
Variation			
Bezug auf Elitenationen	Nationale Zentralität	Status der Ereignisnation	Status der Ereignisnation
	Regionale Zentralität	Status der Ereignisregion	Ortsstatus
		Institutioneller Einfluss	Einfluss
Bezug zu Elitepersonen	Persönlicher Einfluss	Persönlicher Einfluss	
	Prominenz	Prominenz	Prominenz
Personalisierung	Personalisierung	Personalisierung	Personalisierung
Negativität	Konflikt	Kontroverse	Kontroverse
	Kriminalität	Aggression	Aggression
		Faktizität	Faktizität
		Demonstration	Demonstration
			Emotionen im Bild
			Sexualität/Erotik
			Visualität

Abbildung 2: Nachrichtenfaktoren im Vergleich²⁴

²⁴ Quelle: Boetzkes, Organisation als Nachrichtenfaktor, 2008, S. 64

3.3 Bild und Filmtheorie

Wie bereits durch die Nachrichtenwerte festgestellt, stellt das Bild an sich in der Fernsehnachricht eine gravierende Bedeutung dar. Umso mehr dient dieses Kapitel dem Verständnis für den Einfluss von Bildmaterial in Nachrichtensendungen. Die Wichtigkeit, die eine Prüfung von Fremdmaterial für das journalistische Arbeiten und auch für die Rezipienten erfordert, wird durch die verschiedenen Bildtheorien verdeutlicht.

Das Bild hatte seit jeher keinen leichten Start. Bereits in der Frühgeschichte wurde es verpönt. Religiöse Fanatiker sahen es als Sünde Abbilder Gottes, des Wassers, des Himmels oder der Erde zu machen. Auch Schriftgelehrte witterten gegen die Kunst des Bildes. Sie sahen es nicht als komplettierendes Mittel zum Buch oder der Zeitung sondern als Konkurrenz. Bildverbote und Bildstürme fanden nicht nur in der französischen Reformationszeit oder der bolschewistischen Revolution statt, sondern auch heute. Eines der meist diskutierten Bilder der letzten Jahre war die Karikatur von Kurt Westergaard. Er karikierte Mohammed den Propheten. Dies erschien 2005 in der niederländischen Zeitung „Jyllands-Posten“ und sorgte für weltweite Proteste und mehr als hundert Tote. Dies sind nur einige Beispiele über die enorme Macht des Bildes. Eine Sekunde Film besteht im Durchschnitt aus 16 Bildern und wird somit zur Gattung der Bilder gezählt. Damals wie heute wird der Rang des Bildes in einer Kultur mit dem moralischen Zustand der Gesellschaft gleichgesetzt.²⁵

Im folgenden Abschnitt sollen die geläufigsten Bildtheorien dargelegt werden. Anhand der zusammengefassten Bildtheorien laut Klaus Wieglerling, soll die Relevanz dieser für die Medienethik geprüft werden.

3.3.1 Philosophisch-psychologische Bildtheorie

Die philosophische bzw. psychologische Bildtheorie gliedert sich in zwei klassische Positionen.

²⁵ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 93f

Die erste stammt von Ludwig Klages. Seine Theorie über die Wirklichkeit der Bilder geht davon aus, dass diese als etwas Erlebtes und eher begrifflich zu verstehen sind. Bilder sind seiner Meinung nach keine deformierte Erfahrungswirklichkeit. Damit bezieht er sich nicht nur auf äußere, sondern auch auf innere Bilder. Die Theorie geht weiters von einem Steigerungsprinzip aus. Eine Steigerung des Erlebten und damit auch eine Steigerung der Wirklichkeit des Bildes welche sich nach der Intensität des Erlebten richtet. Der Grundgedanke ist, dass durch das Bild, welches den Nährboden für Gedanken repräsentiert, Dinge entstehen. Das Bild erhält eine Position, die das Wirkliche und Wirksame im Menschen sowie im Kosmos ausmacht.²⁶

Diese Theorie wirft durch die Idee der Steigbarkeit des Bilderlebens sowie der Erlebnisintensität ethische Probleme auf. Das oberste Wertkriterium der Lebensführung ist laut Klages Theorie die Lebensintensität. Dies kann jedoch kein Ersatz für Verantwortung, Charakterbildung und Ethosbildung sein. Wenn der Ethos also eine vernunftgeleitete Handlungs- und Verhaltenspraxis ist, so wird dieser durch die Bildtheorie von Klages ausgeschlossen.²⁷

Die zweite klassische Position der modernen Bildertheorie ist von Carl Gustav Jung, einem Schweizer Psychoanalytiker, der in seiner Archetypenlehre Bilder ursprünglich als etwas kollektiv Unbewusstes versteht. Er unterscheidet dabei in zwei Kategorien persönlich Unbewusstes und unpersönlich Unbewusstes. Diese sind Ausdruck einer gemeinsamen Geschichte von Verdrängungen, Wunschartikulation und Machtphantasien und können weniger aus einer persönlichen Biographie abgeleitet werden. Jung sieht darin die Erklärung weshalb in verschiedenen Kulturen ähnliche archetypische Bilder zu finden sind, wie beispielsweise Helden, Erlöser, Teufel und Ungeheuer. Diese Bilder manifestieren sich in den Träumen von Menschen mit unterschiedlichen intellektuellen Voraussetzungen was laut Jung als Beweis für das kollektive Unbewusste gilt. Geläufige psychoanalytische Definitionen über das Bild

²⁶ Vgl. Wiegerling, Medienethik, 1998, S. 95 siehe auch: Klages, Sämtliche Werke Bd. VI, 1966, S. 257

²⁷ Vgl. Wiegerling, Medienethik, 1998, S. 96f siehe auch: Klages, Sämtliche Werke Bd. VI, 1966, S. 257

artikulieren es als etwas Unbewusstes. In dieser Theorie wird jedoch neben der persönlichen auch die unpersönliche Komponente eingefügt. Durch den Einsatz archetypischer Bilder können Menschen mittels Spielfilm emotional berührt werden. Dies wurde von ganzen Regisseurgenerationen übernommen.²⁸

Beide Theorien beschäftigen sich hauptsächlich mit der Rolle der Bilder im Un- oder Vorbewussten und damit in der Tiefendimension der Welt- und Selbsterfahrung. Klages und Jungs Theorien gehen davon aus, dass die Wirkung des Bildes eher im Un- bzw. Unterbewussten anstatt im Verstand liegt und dass Menschen deshalb leichter empfänglich für Bildinszenierungen sind.²⁹

3.3.2 Kinematographische Bildtheorie

Die frühe Filmtheorie beschäftigte sich vor allem mit der Bildmontage. Im Vordergrund stand dabei eine Methodenentwicklung zur psychologischen Führung der Zuschauer. Erst Sergej M. Eisenstein entwickelte diesen Gedanken weiter. In seiner dialektischen Montagetheorie geht es um die Erschaffung einer neuen Realität. Diese entstand durch die Montage einzelner Elemente einer Einstellung. Damit sollten Sinn und Psyche der Zuschauer einer bestimmten Bildwirkung ausgesetzt werden. Dies sollte nach Eisensteins Theorie ganz im Sinne der Pawlowschen Lehre durch Reflexe experimentell überprüfbar sein. Das Resultat des Experiments sollte den Rezipienten in das Geschehen integrieren und ihn nicht zum passiven Zuschauer machen. Eisenstein wollte damit den Mythos der abbildhaften Realität zerstören und sich der wahren Realität annähern.³⁰

Béla Balázs bemisst in seiner Filmtheorie der Gestik eine große Rolle. Für ihn verloren die Menschen seit dem Zeitalter des Buchdrucks ihren Gestenreichtum. Diese sollten durch die damaligen Stummfilme wieder erlernt werden. Dabei hinkt die visuelle Kultur der Kultur des Wortes in nichts nach. Balázs Theorie geht weiters davon aus, dass der Film Nationen und Völker an ihr greifbares Glück

²⁸ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 97 siehe auch: Jung, Über die Psychologie des Unbewussten, 1942, S. 97ff

²⁹ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 99f

³⁰ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 100 siehe auch: Eisenstein, Ausgewählte Aufsätze, 1960, S. 23

gewöhnt und zu mehr Verständigung untereinander führt. Weiters führt die Gestik im Stummfilm zu einer internationalen Verständigung und bildet dadurch einen Welthumanismus.³¹

Die Tiefenschärfe des Bildes steht bei André Bazins Theorie im Vordergrund. Im Gegensatz zu der Theorie über die Montage im Film setzt er durch die Tiefenschärfe im Bild den Abstand zur Realität. Das Bild soll seiner Meinung nach repräsentieren und hat nichts mit der Abbildung der äußeren Wirklichkeit zu tun. Realität ist für ihn Ausdruck der gesellschaftlichen Realität und Freilegung von allem Unwesentlichen. Der Theoretiker des Neorealismus Bazin bedient sich der gleichen Methode wie Eisenstein. Er möchte sein Publikum zur aktiven und geistigen Mitarbeit an der Filmhandlung motivieren. Dabei soll deutlich hervorkommen, dass die filmische Realität eine andere ist als jene ohne Apparatur. Der Rezipient soll sich dessen durch optische Defizite der Wahrnehmung bewusst werden. Nach Bazin kommt filmischer Realismus nur durch die intellektuelle Mitarbeit des Zuschauers zustande. Zusammengefasst meint er, dass es ohne das Zutun intellektueller Anstrengung, keine Realität im Film gibt.³²

Siegfried Kracauers Theorie sieht die Hauptaufgabe des Films sowie der Photographie in der physischen Aufzeichnung und Enthüllung der Realität. Die äußere Wirklichkeit soll durch filmische Bilder errettet werden. Der Film und teilweise auch das Bild, bilden eine Brücke zur äußeren Realität. Der Geschichte und der Prozesshaftigkeit werden dabei große Bedeutung zugemessen. Dem Hauptanliegen Kracauers ist darzulegen, dass die Wirklichkeit der photographischen und filmischen Bilder als Oberflächenphänomen anzusehen ist. Damit meint er, dass die Oberfläche der Dinge mehr als eine natürliche Basis der Erscheinung ist. Diese Theorie lässt sich angesichts der relativen Angleichung der Filmsprachen in der westlichen Welt belegen. Weitere Beispiele sind die äußerliche Wirklichkeit des filmischen Marktführers Hollywood, sowie der

³¹ Vgl. Wiegeler, Medienethik, 1998, S. 100f siehe auch: Balázs, Der Film. Werden und Wesen einer neuen Kunst, 1972, S. 23

³² Vgl. Wiegeler, Medienethik, 1998, S. 101 siehe auch: Bazin, Was ist Kino? Bausteine zu einer Theorie des Films, 1972, S. 30

Oberflächenausdruck in Mode und Stil von Marktführern. Vor allem aber wie durch den Einfluss der Massenmedien nationale Traditionen und Identitäten zurückgedrängt werden.³³

Durch Errettung der äußeren Wirklichkeit bietet Kracauer Lösungen für ethische und theologische Probleme, welche sich seiner Meinung nach ergeben. Das filmische Bild soll einen Beitrag zum internationalen Dialog leisten. Es soll ein Gegenmittel zur Entfremdung des Menschen sein und die Ästhetik im Film soll durch die Ethik ersetzt werden.³⁴

Eine weitere Filmtheorie stammt von Werner Faulstich der im Filmerlebnis eine Art von Unterwerfungsritual zur Angstbewältigung sieht. Seine Theorie geht von einer Passivität des Zuschauers aus, welche den Film als aufgezwungenen kollektiven Traum definiert. Laut Faulstich löst der Film den kindlichen Konflikt zwischen dem Es und dem sich heranbildenden Über-Ich aus, welcher verstärkt durch sein autoritäres Wesen entfaltet wird. Bilder definiert er vor allem als Appelle an das Unterbewusstsein. Bei einer positiven Auslegung sind diese als eine Art stellvertretende Konfliktlösung zu verstehen. Faulstich sieht die Hauptaufgabe des Films in der Reinigung des Geistes.³⁵

Zusammenhänge der erwähnten Kinematographischen Bildtheorien lassen sich in den Schlussfolgerungen der Theoretiker finden. Diese sind sich einig, dass der Einsatz filmästhetischer Mittel eine spezielle Wirkung auf die Zuschauer hat. Trifft diese autoritäre Wirkung zu, erhalten Rezipienten die Rolle sich passiv unterzuordnen. Ausgereifte Kenntnisse der psychologischen Wirkung könnten laut den genannten Theorien, Handlungshemmung zur Folge haben. Weiters kann die Vereinheitlichung von Gesten und Emotionen zu einer internationalen Normierung der Oberfläche führen, welche jede Handlung außerhalb der Schemata zur Abnormität verdammt. Ethisches Hauptproblem bei diesen Theorien ist, dass die

³³ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 102 siehe auch: Kracauer, Theorie des Films. Die Errettung der äußeren Wirklichkeit. 1973, S. 13

³⁴ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 103 siehe auch: Kracauer, Theorie des Films. Die Errettung der äußeren Wirklichkeit. 1973, S. 13f

³⁵ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 103 siehe auch: Faulstich, Filmästhetik. 1982, S. 68

Wirklichkeit nicht in ihrer Differenziertheit wahrgenommen wird, sondern als die Realität dieser genormten Schemata bemerkt wird.³⁶

3.3.3 Theorie zum gegenwärtigen Status der Bilder

Gegenwärtig gibt es vier Positionen, die den aktuellen Status der Bilder in der modernen Informationstechnologie am treffendsten reflektieren. Vereinzelt lassen sich Parallelen zu den Überlegungen der phototechnischen bzw. kinematographischen Bilder ziehen. Ein großer Unterschied der gegenwärtigen Positionen ist, dass Probleme der Massenpsychologie kaum erörtert werden und die Diskussion um die Bilder auf einer anderen Ebene stattfindet. Bilder werden durch die drei Ausdrucksformen auditiv, schriftlich und visuell als ein sogenannter Hypertext definiert.³⁷

Die erste Position stammt von Vilém Flusser, der sich hauptsächlich der Wahrnehmung von Bildern widmet. In seiner Theorie vertritt er die Meinung, dass unsere Wahrnehmung von der apparativen Formung eingeschränkt ist. Die Gründe dafür sieht er in unserer einseitigen Hilflosigkeit gegenüber der dauerhaften Berieselung von Bildern, der daraus entstehenden Dummheit und unserer Abhängigkeit von Bildern, die unsere Erlebnisse, Kenntnisse, Entscheidungen und Urteile einschränken, verändern und prägen. Das Motiv der drei Veränderungen sieht Flusser in der Kommunikationsstruktur. Die Art und Weise, wie die Bilder geschaltet werden, entscheidet über die Zuwendung der Zuseher, denn seiner Meinung nach würden sich die Rezipienten von diesen Bildern abwenden, wenn sie reversibel gesendet werden. Der Theoretiker verfolgt diesen Gedanken weiter und meint, dass der Wirklichkeitsgehalt der Bilder durch die Vernetzung ständiger Kritik unterzogen wäre und jeder Empfänger gleichzeitig auch Sender sein könnte. Dies schafft einen Raum für Zuschauer um aktiv zu werden bzw. für eine Rückkopplung.³⁸

³⁶ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 105

³⁷ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 105f

³⁸ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 106 siehe auch: Flusser, Die Revolution der Bilder – Der Flusser Reader zu Kommunikation. Medien und Design. 1995, S. 83

Flusser definiert Bilder der telematischen Informationsgesellschaft als synthetische Erzeugnisse, die abstraktes Denken hör- und sichtbar machen und in einem kreativen Dialog hergestellt werden können. Weiters meint er, dass Bilder dieser Gesellschaft nicht objektiv die Umwelt widerspiegeln, sondern kodifiziert sind. Diese Kodifizierung wird von den Zuschauern nicht erkannt und das Gesendete wird als für Wahr empfunden. Flusser sieht durch die gegenwärtige Bilderflut eine Art Entmündigung auf den Rezipienten zukommen. Vor allem die Kommunikationsstrukturen sind am Zustand der Verantwortungslosigkeit des Zusehers nicht unschuldig. Durch das Internet verspricht er sich Hoffnungen, da die Kommunikationsstruktur in diesem Fall dezentral verläuft und daher eine Rückkopplung und Einflussnahme auf Bildproduktion und Bildrezeption möglich macht.³⁹

Eine weitere Position liefert uns Götz Großklaus. Er konzentriert sich vor allem auf das Videoband, welches laut seiner Theorie die Nah- bzw. Nächstenwahrnehmung beeinträchtigt. Videotapes haben in seiner Theorie keinen Abbildcharakter und fördern nicht unsere Sachkenntnisse. Im besten Fall helfen sie uns bei der Zeichenerkennung. Seines Erachtens werden alle Formen der Telekommunikation, insbesondere die Bildmedien, durch das Prinzip der Nähe beeinflusst. Er erklärt dieses Prinzip anhand des Videotapes, welches seiner Meinung nach eine neue Form der Distanz aufweist. Großklaus drückt dies in seiner Theorie dramatischer aus. Seiner Meinung nach ist die Folge der konsequenzlosen Bildwelt eine Suggestion der physikalischen Außenwelt, die diese letztendlich ersetzt.⁴⁰

Die dritte Position in Wiegerlings Aufzählung vertritt Paul Virilio, der einen wesentlichen Beitrag zum Status des technisch, modern erzeugten Bildes liefert. In seiner Theorie geht es um die funktionale Logik des Bildes. So setzt er sich als erstes mit der Epoche der Malerei, Architektur und Radierung und der Epoche der Photographie und Kinematographie auseinander. Seines Erachtens trifft auf die erste Epoche die Logik der Realität zu, in der zweiten ist es die Logik der

³⁹ Vgl. Wiegerling, Medienethik, 1998, S. 106f siehe auch: Flusser, Die Revolution der Bilder – Der Flusser Reader zu Kommunikation. Medien und Design. 1995, S. 86ff

⁴⁰ Vgl. Wiegerling, Medienethik, 1998, S. 107f siehe auch: Großklaus, Medien-Zeit. Medien-Raum. 1995, S. 84ff

Aktualität die vorherrscht. Die Gegenwärtige Epoche benennt er als die Epoche der Video- bzw. Infographie, welche sich an die Logik der Virtualität wendet. Diese instrumentell erzeugten virtuellen Bilder werfen laut Virilio ein erhebliches ethisches Problem auf, denn eine indirekte bzw. direkte Beobachtung dieses synthetischen Erzeugnisses ist kaum möglich. Weiters meint er, dass durch die nicht durchsichtigen Träger der neuen Bilderwelt deren Bestand nur auf einem instrumentalen oder mentalen Gedächtnis beruht. Er kritisiert, dass durch diese durch Zahlencodes erzeugten Bilder die Wahrnehmung des Sehens automatisiert wird. Virilio meint, dass virtuelle Bilder eine Imitation zweier Zeitphasen sind, der aufgeschobenen Zeit in Echt und der realen Zeit. Diese zeitliche Verdichtung bzw. diese teilweise veränderte Übermittlungsgeschwindigkeit macht laut Virilio das virtuelle Bild aus und schmälert in keinem Fall den realitätsstiftenden Effekt. Das künstlich erzeugte Bild ist in seiner Theorie ein Trugbild, welches er als Alternative zur Wirklichkeit und Abbildung sieht.⁴¹

Mike Sandbothe widmet seine medienphilosophische Analyse dem Internet und den durch Rechner im Hypertext erzeugten Bildgestalten. Seiner Auffassung nach sind Bilder nicht mehr streng von Sprache und Schrift zu trennen, im Gegenteil sie haben kein durchgehendes Wesensmerkmal. Er erklärt diese Position anhand des Beispiels von Pixeln, die im Prinzip aus zusammengesetzten Bildern den Charakter einer digitalen Schrift vorweisen. Sandbothe definiert das Bild der moderne als hypertextuelles, semiotisches Verweisungsgeflecht.⁴²

Zusammenfassend verbinden die zuvor erwähnten Theoretiker der Gegenwart die Epochen des photographischen und kinematographischen Bildes mit der Epoche des virtuellen Bildes, welche ihrer Meinung nach Einschnitte in die konkrete Lebensgestaltung machen. Medienethisch können folgende Probleme laut den erwähnten Gegenwartstheorien auftreten⁴³:

⁴¹ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 108ff siehe auch: Virilio, Die Sehmaschine. 1989, S. 136ff

⁴² Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 110 siehe auch: Sandbothe, Interaktivität – Hypertextualisierung - Transversalität. Eine medienphilosophische Analyse des Internet. 1997, S. 70ff

⁴³ Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 112

- Der Konsum von infographischen Bildern kann zu Verlust der Unmittelbarkeit der Welterfahrung und als Folge dessen zur Isolation führen.
- Sie können zur verzerrten Wahrnehmung des Sinnes der Welt führen.
- Die menschliche Kontrolle scheint durch die technologische Verselbstständigung des Bildes als unmöglich.
- Durch den Verlust außermedialer Bezüge, schwindet der informelle teils auch moralische Gehalt der infographischen Bilder, da uns der Inhalt nicht berührt.
- Zuletzt spiegelt sich die medienethische Problematik auch in der möglichen Folge des Verlusts an politischer Autonomie bzw. des möglichen Verantwortungsverlusts. Die Entpolitisierung und Entsozialisierung sehen die erwähnten Theoretiker als Anspruch der Ideologiefreiheit.

3.3.4 Medienbilder

Filmmaterial zählt zu journalistischen Bildern darunter fallen unter anderem auch die Fotografien, Karikaturen, Infografiken, Gerichtszeitungen etc. Film zählt zur Fotografie, da eine Filmaufnahme je nach Schnitt doch in der Regel 24 Aufnahmen pro Sekunde vereinigt. Thomas Kneip meint, dass man grundsätzlich bei Bildjournalismus trotz der Vielfalt an journalistischen Bildern drei tragende Kerne unterscheidet: Fotografie, politische Karikatur und Infografik. Bildjournalismus bedeutet, dass sowohl die Produktion dieser Bilder journalistisch motiviert ist, als auch, dass die Selektion, Bearbeitung und Distribution dieser Bilder diese Motive beinhalten. Bildjournalisten sind Journalisten, die in diesem Bereich arbeiten. Durch die massenmediale Verbreitung werden diese Bilder in ein Trägermedium eingebunden. Medienbilder werden immer umrahmt von einem intra- und intermedialen Umfeld, wie etwa eine Textberichterstattung, die politische Ausrichtung, Platzierung, Aufmachung oder der Name des Bildproduzenten⁴⁴.

⁴⁴ Vgl. Knieper, Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz In: Fasel, Qualität und Erfolg im Journalismus, 2004, S. 83f

Funktionen von Medienbildern nach Knieper⁴⁵:

- darstellend
- wissensgenerierend
- dekorativ
- organisierend
- authentisch
- dokumentarisch
- emotions-auslösend
- kommentierend
- unterhaltend
- aktivierend
- ökonomisch

3.3.4.1 Dysfunktionen von Medienbildern

Medienbilder können dysfunktional sein. Dies trifft zu, wenn der Betrachter des Bildes dieses nicht als Abbildung der Realität wahrnimmt, sondern als Realität bzw. als Primärerfahrung an sich. Bilder sind von Interpretation, Selektion und Reduktion geprägt und können deshalb aus dem Kontext gerissen oder falsch verstanden werden. Des Weiteren durchlaufen Bilder verschiedene Stufen in einem medialen Prozess. Deshalb kann nicht gewährleistet werden, dass zuvor von den verschiedenen Akteuren, die an diesem Prozess teilgenommen haben, planerische oder inszenatorische Ziele verfolgt wurden, die später zum Endprodukt führten. Eine Wirkungsabsicht von diesen Akteuren, sei es aus politisch, wirtschaftlich oder religiös motivierten Gründen hält Knieper nicht für ausgeschlossen⁴⁶.

Bilder können von Mensch zu Mensch anders aufgenommen werden, dies kann beispielsweise mit unterschiedlichem Kulturverständnis begründet werden. Eine

⁴⁵ Vgl. Knieper, Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz. In: Fasel, Qualität und Erfolg im Journalismus, 2004, S. 84

⁴⁶ Vgl. Knieper, Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz. In: Fasel, Qualität und Erfolg im Journalismus, 2004, S. 85

weitere Art der Dysfunktion von Medienbildern kann durch die Erwartung, die an ein Bild gestellt wird, welches dem Betrachter bereits aus einer Alltagssituation bekannt zu sein scheint, auftreten. Diese Fehlfunktion könnte dazu führen, dass der Rezipient eine falsche Impression vom Bild bekommt.

Die Funktionen von Medienbildern scheinen unendlich, doch darf man die Dysfunktionen nicht außer Acht lassen. Besonders problematisch und für diese Arbeit relevant sind dabei Bilder mit einer Täuschungsabsicht. Medienbilder, die unter diesen Umständen entstanden sind, bezeichnet Knieper als „Manipulationen“ und teilt sie in vier Hauptgruppen⁴⁷:

3.3.4.1.1 Eingriffe in die Umwelt

Diese Täuschungsstrategie beinhaltet die Inszenierung und Rekonstruktion von Ereignissen durch Bilder. Bei der Inszenierung ist es dabei nicht von Belang, ob es sich auf Pre- Ereigniskontexte bezieht oder auf den eigentlichen Ereigniskontext an sich. Inszenierung im vormedialen Kontext findet in einem strategischen oder planerischen Umfeld statt. Akteure wie Öffentlichkeitsarbeiter, Berater und Spin Doktoren sind meistens die Urheber dieser Inszenierungen. Bei einer Pressekonferenz oder einem politischen Großereignis handelt es sich um die zweite Art der Inszenierung. Kepplinger benennt solche Ereignisse als Pseudoereignisse und meint damit von den Medien inszenierte Ereignisse.⁴⁸

3.3.4.1.2 Irreführende Kontextualisierungen

Schon der Titel dieser Strategie verrät den Inhalt. Durch irreführende Bildunterschriften oder Bilderklärungen könnte diese falsch, suggestiv oder zweideutig verstanden werden. Knieper nennt dafür ein Beispiel eines Bildes, das laut beigefügtem Text, zwei gefährliche Hacker bei der Ausübung ihrer Tat zeigt. Faktisch sind auf dem erwähnten Bild zwei Studenten abgebildet, die an einem

⁴⁷ Vgl. Knieper, Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz. In: Fasel, Qualität und Erfolg im Journalismus 2004, S. 85ff

⁴⁸ Vgl. Knieper, Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz. In: Fasel, Qualität und Erfolg im Journalismus 2004, S. 86f

Computer arbeiten. Die irreführende Bilderklärung suggeriert dem Rezipienten des Bildes eine doppeldeutige Information.⁴⁹

Solche Phänomene sind eng verwandt mit Ersatz- oder Behelfsillustrationen, welche in zwei verschiedenen Varianten auftreten können. Zunächst besteht die Möglichkeit der Darstellung des gleichen Motivs bei anderer Gelegenheit. Die zweite Möglichkeit der Darstellung wäre ein anderes Motiv bei gleicher Gelegenheit. Knieper nennt als Beispiel eine Redaktion, die eine bestimmte Person bei einem bestimmten Event bebildern will. Es wäre möglich ein Bild von der selben Person auf einem anderen Event bzw. eine andere Person auf dem selben Event heranzuziehen. Problematisch wäre diese Vorgehensweise dann, wenn die Ersatzbilder als Tatsachen-Bilder ausgegeben werden.



Abbildung 1: Jürgen Trittin Originalbild⁵⁰



Abbildung 2: Jürgen Trittin Bild-Zeitung Fälschung⁵¹

Abbildung 1 und Abbildung 2 dienen als Beispiel für irreführende Kontextualisierung und Bildveränderung. Auf der ersten Abbildung ist zu erkennen, wie der deutsche Bundestagsabgeordnete Jürgen Trittin an einer

⁴⁹ Vgl. Knieper, Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz. In: Fasel, Qualität und Erfolg im Journalismus, 2004, S. 87f

⁵⁰ Quelle: Knill & Knill Kommunikationsberatung, Bildmanipulation. url: <http://www.rhetorik.ch/Bildmanipulation/Bildmanipulation.html#malen> Zugriff: 15.06.10

⁵¹ Quelle: Knill & Knill Kommunikationsberatung, Bildmanipulation. url: <http://www.rhetorik.ch/Bildmanipulation/Bildmanipulation.html#malen> Zugriff: 15.06.10

Demonstration vorbeigeht. Auf dem zweiten Bild wurde laut Bildüberschrift aus dem Absperrungsseil ein Schlagstock und aus einem Handschuh ein Bolzenschneider. Dieses Bild wurde weiters so zugeschnitten und Elemente so verändert, dass das Absperrungsseil tatsächlich wie ein Schlagstock aussah. Die Bild-Zeitung musste sich im Nachhinein bei Trittin für die Fälschung entschuldigen. Dieses Bild zeigt welches Potenzial hinter solchen Fälschungen steckt.

3.3.4.1.3 Bildveränderung

Die dritte Täuschungsstrategie der Bildmanipulation ist die Bildveränderung. Diese beginnt bereits bei scheinbar harmlosen Korrekturarbeiten wie zum Beispiel die Veränderung des Farbtons, der Helligkeit, der Farbsättigung und des Kontrasts des Bildes. Viel stärker sind jedoch Einschnitte in Elemente des Bildes wie zum Beispiel das mutwillige Entfernen oder Ausklammern von Bildelementen. Als komplementäre Technik dazu existiert die Aufnahme und das Einbinden von neuen Bildelementen. Bei diesen zwei Varianten spricht man von Fotocomposing bzw. von Fotomontage. Diese Täuschungsstrategien werden mit dem Ziel einer bestimmten Wirkungsabsicht verfolgt. Es wird versucht Ereignisse zu dramatisieren oder gar zu fälschen.⁵²

3.3.4.1.4 Erzeugung virtueller Welten

Bei der letzten Art der Bildmanipulation laut Knieper handelt es sich sowohl um ein Mischerzeugnis aus realer und virtueller Welt (etwa ein Nachrichtenstudio mit virtuellen Elementen) als auch um eine Generierung selbständiger virtueller Welten (etwa ein computergenerierender Film).⁵³

⁵² Vgl. Knieper, Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz. In: Fasel, Qualität und Erfolg im Journalismus, 2004, S. 88f

⁵³ Vgl. Knieper, Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz. In: Fasel, Qualität und Erfolg im Journalismus, 2004, S. 89



Abbildung 3: virtuelles ZDF-Studio⁵⁴

Abbildung 3 zeigt wie die reale und virtuelle Welt sich auf dem Fernsehbild vereinen. Im Hintergrund ist das ZDF-Nachrichtenstudio ohne virtuelle Effekte zu sehen, am Bildschirm erkennt man hingegen das Endprodukt des Bildes. Durch die virtuell beigefügten Elemente erscheint das Studio in ganz anderem Licht.

3.4 Medienethik

Neben gesetzlichen sowie redaktionsinternen Richtlinien existieren auch medienethische Kriterien, die das journalistische Arbeiten beeinflussen. Dieses Kapitel geht auf die geläufigsten Kriterien dieser Medienethik ein.

3.4.1 Begriffsdefinition

Michael Hallers und Helmut Holzheys Definition wird durch die Differenzierung zwischen Moral und Ethik erklärt. Ihrer Meinung nach gibt es im gewöhnlichen Sprachgebrauch keine deutliche Unterscheidung dieser Begriffe, welches in

⁵⁴ Quelle: Horizont.net url: <http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/pics/15729-org.jpg> Zugriff: 23.04.10

weiterer folge zu Missverständnissen führen kann. Das Wort „Ethik“ stammt vom griechischen Wort „Ethos“, welches die Gewohnheit, das Herkommen und die Sitte umschreibt. Das Wort „Moral“ jedoch stammt aus dem lateinischen „Mos“ und wird als Brauch, Gewohnheit, Sitte und Charakter verstanden.⁵⁵

Vergleicht man die Übersetzungen, ist eine Verwandtschaft der Wörter deutlich zu erkennen. Einzig und allein in der philosophischen Diskussion scheint sich eine klare Ausdifferenzierung der Terminologie bemerkbar zu machen. Aus der philosophischen Sicht versteht man „Moral“ als Handlungsnormen wie beispielsweise Tischsitten oder das Verbot zu töten, welches von einer bestimmten Gesellschaft und von den zugehörigen Individuen akzeptiert wird. „Ethik“ wird in diesem Sinn als „Philosophie der Moral“ verstanden, d.h. als eine Art Lehre vom menschlichen Handeln, dessen Ziel es ist moralische Normen zu formulieren.⁵⁶

Der Sprachgebrauch misst dem Begriff der Moral einen religiösen Aspekt bei und wird oft assoziativ als längst überholte Sexualmoral verstanden. Der Ethos hingegen, verknüpft objektive Kriterien, die den Alltag mit den dazu passenden Charakterprägungen regeln. Haller und Holzhey heben den normativen Charakter der Ethik-Definition hervor. Ethik kann ihrer Meinung nach sowohl bestehende Moralvorstellungen beschreiben als auch Veränderungen wie beispielsweise Gebote und Verbote darlegen. Weiters ist die Ethik Bestandteil einer Kulturwissenschaft wie z.B. die Ethnologie.⁵⁷

Unter dem Begriff Ethik versteht der Theoretiker Rainer Leschke im Allgemeinen eine Theorie des Handels unter normativen Kriterien. Zwei Gesichtspunkte sind seiner Meinung nach besonders wichtig in dieser Hinsicht, dies wäre zunächst der theoretische Status und weiters die Normativität. Mit dem theoretischen Status bezieht sich der Autor auf Anforderungen gegenüber der Ethik, die generell an die Theorie zu stellen sind.⁵⁸

⁵⁵ Vgl. Haller/Holzhey, Medien-Ethik, 1992, S. 13

⁵⁶ Vgl. Haller/Holzhey, Medien-Ethik, 1992, S. 13

⁵⁷ Vgl. Haller/Holzhey, Medien-Ethik, 1992, S. 14

⁵⁸ Vgl. Leschke, Einführung in die Medienethik, 2001, S. 109

3.4.2 Theorieansätze der Medienethik

„Medienethik ist keine Neubegründung einer ethischen Theorie, keine Neubegründung einer Normen- oder Wertlehre, sie ist vielmehr eine Spezifikation ethischer Fragestellungen.“⁵⁹

Wiegerling meint weiters, dass die Medienethik in erster Linie eine deskriptive Form der Ethik und in zweiter Linie emanzipatorisch ist. Emanzipatorisch in dem Sinne, dass sie sich mit der Kritik an der bestehenden Moral beschäftigt. Er definiert Medienethik als:⁶⁰

- Disziplin, die den Zusammenhang zwischen medialem Ausdruck und menschlichem Verhalten erforscht.
- Versuch, das medienbedingte Verhalten zu erforschen.
- Eine Disziplin, die versucht die Ausführungsbestimmungen ethischer Gebote unter medialen Kriterien zu untersuchen.

Wiegerling sieht die Medienethik als eine Art Berufsethik und teilt diese in fünf einander nicht ausschließende Felder auf:⁶¹

1. **journalistische Ethik**, welche die Ethik aller, die Mittels Medien einen Beruf bekleiden und dessen Rezipienten aus einer engeren und weiteren Öffentlichkeit bestehen und unterrichtet werden, beinhaltet. Unter anderem gehören zu diesen Personen, Menschen, die Lektortätigkeiten und technisch ausgerichtete Berufe ausüben und dadurch journalistische Arbeiten bzw. Redakteurstätigkeiten unterstützen.
2. **Medienwirtschaftsethik** beschäftigt sich mit der Ethik derer, die über Einrichtung von Infomedien verfügen können. Darunter fallen Verleger

⁵⁹ Wiegerling, Medienethik, 1998, S. 1

⁶⁰ Vgl. Wiegerling, Medienethik, 1998, S. 2

⁶¹ Vgl. Wiegerling, Medienethik, 1998, S. 2f

ebenso wie die Soft- und Hardwareproduzenten, Intendanten, Programmdirektoren, aber auch Politiker und Medienkontrolleure, die es sich zur Aufgabe gemacht haben über die Medienkonzentration und Medienangebote zu wachen bzw. gesetzliche Vorgaben für Medieneinrichtungen und Medienwirtschaft zugeben.

3. **Informationsethik** bezieht sich einerseits auf die berufsständische Ethik der Informationsfachleute, darunter fallen Dokumentare, Bibliothekare und Informations-Manager, deren Aufgabe es ist in praktischer Weise tagtäglich Informationen zu dokumentieren, zu steuern und zu verdichten. Andererseits ist dies auch die Ethik der Informationstechniker wie Programmierer, Computerwissenschaftler, Informatiker und all jener, die dafür zuständig sind, die technische Voraussetzung für Medien zu schaffen.
4. **Wissenschaftsethik** widmet sich den Wissenschaftlern, die in ihrer Arbeit an Präsentation, Bearbeitung und Verwendung von Information beteiligt sind. Diese Ethik beleuchtet vor allem den Umgang der Wissenschaftler bei der Arbeit. Darunter fallen beispielsweise die Achtung der Urheberchaften, Informationen zu sichten, zu verbinden, kritisch zu prüfen, zu bewerten und zu selektieren.
5. Der letzte Punkt der Medienethik, laut Wiegerling, behandelt die **pädagogische Ethik**. Der mediale Einsatz, den die Pädagogik in den heutigen Tagen fordert, steht hier im Vordergrund.

Neben den ausgeführten fünf Feldern der Berufsethik unterscheidet Wiegerling Medienethik formal und inhaltlich. Der formale Aspekt der Ethik bezieht sich beispielsweise auf die Gliederungen nach materiellen Informationsträgern wie Film, Buch, Computer und Theater mit den ihnen zugeordneten verwaltenden, technischen und ökonomischen Berufsgruppen. Der inhaltliche Aspekt der Ethik dagegen bezieht sich auf die informelle Seite der Berufsgruppen der Medien, die sich um die konkrete Einrichtung eines Mediums zu kümmern haben, wie

beispielsweise Regisseure, Redakteure, Journalisten, Schriftsteller, Kommentatoren, Publizisten und viele weitere.⁶²

Die Definition von Medienethik lässt sich auch durch die Notwendigkeit dieser für den Journalismus erklären. Andreas Greis fasst diese „Notwendigkeit“ unter sechs Postulaten zusammen.⁶³

- 1.) Im ersten Postulat geht Greis auf den Artikel 5 des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland ein. Es garantiert Meinungs- und Pressefreiheit und schließt eine normative Regelung der Medien aus. Dies macht laut Greis die Medienethik notwendig, die als Selbstregulierungsmaßnahme zu verstehen ist.
- 2.) Seine zweite Begründung für die Notwendigkeit der Medienethik ist die entscheidungsbeeinflussende und handlungsleitende Funktion und Wirkung der Medien. Laut Greis bedeutet die Unwissenheit über das Ausmaß der Wirkung, dass eine Risikoabschätzung unter dem Kriterium der Verantwortbarkeit geführt werden muss. Diese Verantwortung soll seiner Meinung nach durch die Medienethik in der Risikokommunikation getragen werden.
- 3.) Das dritte Postulat widmet sich dem Qualitätsdiskurs von Medien und Journalismus. Greis führt die nicht genügenden Ansprüche gegenüber den Medienprodukten sowie die viel zu hohe Publikumsorientierung auf die Notwendigkeit der Medienethik zurück. Journalistische Qualität leidet seiner Meinung nach stark an der Gewinnorientierung der Unternehmen. Deshalb muss die Ethik als Kriterium für Medienprodukte herangezogen werden.
- 4.) Der vierte Anspruch, den die Medienethik in sich vereint, ist die Sozialisationsfunktion. Verschiedene Funktionen der Medien wie zum Beispiel Information, Selbstverständigung und Unterhaltung verlangen nach einer dementsprechenden Vorsicht bei ihrer Produktion.

⁶² Vgl. Wieglerling, Medienethik, 1998, S. 3

⁶³ Vgl. Greis, Medienethik – Ein Arbeitsbuch. 2003, S. 4ff

- 5.) Um politischen Diskurs und politische Kommunikation zu organisieren bzw. zu ermöglichen ist die Medienethik laut Greis ebenfalls nötig. Durch die Medien soll Pluralismus von Informationen und Meinungen gefördert werden, die anschließend die Grundlage für demokratische Wahlentscheidungen bilden.
- 6.) Das letzte Postulat orientiert sich an der Systemtheorie von Ulrich Saxer. Dieser erklärt den Ethikbedarf der Medien als Resultat des gesellschaftlichen Ausdifferenzierungsprozesses in den Subsystemen, deren jeweilige Selbstreferenz Rationalitäten und Kosten des Ganzen hervorruft. Zur Minimierung dieser Kosten bedarf es einer Strategie der Kommunikation zur Koordinierung der Subsysteme. Die Gesellschaft entfaltet sich zu einer Mediengesellschaft welche eine Steuerung benötigt.⁶⁴

Die Medienethik wird als etwas „nicht-formuliertes“ verstanden, dennoch wird in manchen Redaktionen mittels Redakteursstatut versucht, diese greifbar zu machen.

⁶⁴ Vgl. Saxer In Greis, Medienethik – Ein Arbeitsbuch. 2003, S. 6

4 Funktionen der Medien

Für diese Arbeit ist es wichtig die Funktionen und Leistungen des Massenmediums Fernsehen darzulegen um auf die Aufgaben der Fernsehnachrichten einzugehen und diese zu erklären. Das Fernsehen erbringt so wie alle Massenmedien Leistungen für das Individuum wie beispielsweise kognitive, affektive oder auch integrative Funktionen. Im Rahmen dieser Arbeit ist jedoch eine Betrachtung des Ganzen essentieller. Grundsätzlich unterscheidet man vier gesellschaftliche Funktions- bzw. Leistungsarten der Massenmedien. Die Informationsfunktion, die soziale Funktion, die politische Funktion und die wirtschaftliche Funktion. Für den Bereich der Nachrichten ist die Informationsfunktion am wesentlichsten und wird deshalb in diesem Kapitel ausführlich abgehandelt. Die sozialen, politischen und wirtschaftlichen Funktionen werden in gebündelter Fassung erklärt.

4.1 Informationsfunktion

Eines der wesentlichen Funktionen der Massenmedien ist die Informationsfunktion. Diese Leistung welche Massenmedien vollbringen sollen, kann sowohl einen sozialen, politischen, gesellschaftlichen als auch wirtschaftlichen Inhalt besitzen. Der Akt der Informationsvermittlung wird hierbei als Sekundärerfahrung verstanden, da es nicht selbst erlebt wurde. Das Wissen und die Erfahrung, die vermittelt werden, führen zur Abnahme der Unwissenheit des Rezipienten. Oft werden wegen dem großen Einfluss der Medien Forderungen über den Informationsinhalt gestellt. Dieser soll vollständig, objektiv und verständlich sein.⁶⁵

- Die Vollständigkeit einer Berichterstattung ist ein schwieriges Unterfangen da es nicht möglich ist in einer Nachrichtenberichterstattung alle Nachrichten einzubinden. Viel mehr ist unter dem Begriff „Vollständigkeit“ der Reduktionsversuch von Komplexität der Wirklichkeit sowie das Einbinden von

⁶⁵ Vgl. Burkart, Kommunikationswissenschaft, 2002, S. 402ff

Tabuthemen in der Berichterstattung gemeint. Dies soll zu einer öffentlichen Auseinandersetzung mit verschiedenen Themen führen.

- Objektivität der Berichterstattung ist somit eine Forderung nach der Wertefreiheit und der Meinungsfreiheit der Information. Vor allem wird in der Grunddiskussion über die Objektivität der naive Appell nach jeglicher Missbilligung von subjektiven Einflüssen gefordert. Jedoch ist der Prozess von der Nachrichtenauswahl bis zur Nachrichtenausstrahlung eine einzige Abfolge von subjektiven Entscheidungen. Deshalb kann man laut Saxer im besten Fall von einer unverzerrten publizistischen Beschreibung der „Wirklichkeit“ sprechen.
- Die Verständlichkeitsforderung bezieht sich auf das Verlangen nach einer komplexitätshemmenden Berichterstattung. Es sollen auch für nicht sachverständige Rezipienten Ereignisse und Probleme verständlich dargestellt werden. Dies soll eine Art Orientierungsgrundlage für Wahl- oder auch Kaufentscheidungen sein. Die Forderung nach der Verständlichkeit der Information darf jedoch nicht missbräuchlich als Simplifizierung verstanden werden, welche in weiterer Folge möglicherweise zur Verfälschung der Inhalte führen kann.

Die Informationsfunktion ist die wichtige Funktion bzw. Leistung die die Massenmedien vorbringen. Weitere Funktionen wie etwa soziale, wirtschaftliche und politische, sind jedoch nicht minder wichtig. Deshalb werden diese in den nachfolgenden Unterkapiteln kurz erklärt.

4.2 Soziale und kulturelle Funktionen

Massenmedien sind wichtig für das tägliche Leben im heutigen Zeitalter. Der Grund dafür sind folgende soziale und kulturelle Funktionen.⁶⁶

⁶⁶ Vgl. Haas, Medienkunde, 2005, S. 27

- Entspannung und Unterhaltung/Rekreatationsfunktion: Zerstreuung und Ablenkung in Entspannungsphasen durch beruhigende Entlastung.
- Orientierung und Lebenshilfe: Rezeption von Fremderfahrung kann als gesellschaftliche Orientierungshilfe verstanden werden.
- Sozialisationsfunktion: Das Normenbewusstsein und das Verhaltensmuster werden durch die Rezeption erlernt, sozusagen „Lernen am Modell“.
- Integrationsfunktion: Minderheiten und Randgruppen können durch Repräsentation z.B. in der Berichterstattung in die Gesellschaft integriert werden.

4.3 Politische Funktionen

Massenmedien erfüllen ebenfalls politische Funktionen welche demokratisch organisierte Gesellschaften fördern.⁶⁷

- Information über Angebote, Alternativen, Probleme und Lösungsvorschläge, und Pläne und Wahlmöglichkeiten.
- Herstellung von Öffentlichkeit: politisches Handeln wird von den Medien öffentlich gemacht.
- Identifikation von Themen: Medien erbringen eine essenzielle Leistung für jedes demokratische System und müssen deshalb auch Themen frühzeitig erkennen und über erweiternde Hintergrundinformation verfügen.
- Artikulation von Meinung: Darstellung verschiedener Positionen, auch weniger einflussreiche Meinungen sollten den Weg in die Berichterstattung finden.

⁶⁷ Vgl. Haas, Medienkunde, 2005, S. 29f

- **Transparenz und Aufklärung:** Durch Berichterstattung sollen alle politischen Themen an die Öffentlichkeit gelangen. Kritik von Seiten der Medien an der Politik, aber auch umgekehrt sollten dabei nicht unterschlagen werden.
- **Partizipation:** Die Öffentlichkeit soll aktiviert und für politische Belange sensibel gemacht werden, um eventuelle Schlüsse daraus zu ziehen z.B. Abwahl eines Politikers.

4.4 Wirtschaftliche Funktionen

Weitere Aufgaben der Massenmedien sind die ökonomischen Funktionen.⁶⁸

- **Information** über ökonomische Abläufe und Herstellung von Markttransparenz.
- **Warenzirkulation:** Durch Medien wird die Wirtschaft angekurbelt z.B. durch Werbung.
- **Kapitalverwertung**

⁶⁸ Vgl. Haas, Medienkunde, 2005, S. 31

5 Fernsehnachrichten

Bei der Definition des Begriffs „Fernsehnachrichten“ ist zunächst einmal eine klare Eingrenzung notwendig. Diese gilt es in diesem Kapitel vorzunehmen. Die Geschichte der Nachrichtensendungen sowie die Materialbeschaffung und die Nutzung von Internetplattformen in den Nachrichten werden ebenfalls abgehandelt.

5.1 Definition von Fernsehnachrichten

Der wesentliche Unterschied vom Fernseh- zum Zeitungsjournalismus ist, dass bei einer Zeitungsmeldung, auch wenn ein dazugehöriges Foto existiert, die Information der Meldung sehr detailliert formuliert wird und im Vordergrund steht, während sich bei einer Fernsehnachricht die Meldung aus Bild, Originalton und Text zusammen setzt. Auch in der Praxis gibt es erhebliche Unterschiede, die bereits bei der Ausbildung eines Fernsehjournalisten beginnen.

Fernsehnachrichten unterscheiden sich untereinander auch in der Gestaltung, so gibt es keine klaren Regeln wie eine Nachrichtensendung ausgeführt werden soll. Einige Sendungen starten mit einer Einstiegsmelodie, andere mit einem Countdown. Weiters gibt es Nachrichtensendungen, die ohne Moderatoren oder Sprecher auskommen und andere, in denen ganze Scharen von Moderatoren vorkommen.⁶⁹

Fernsehnachrichtensendungen sind der logische Folgeprozess mündlicher Bekanntmachung, Zeitungs- und Radionachrichten sowie der Kino-Wochenschauen. Jedoch existieren zwei wesentliche Merkmale, die Fernsehnachrichtensendungen von den Genannten unterscheiden. Zunächst wäre dies die Entwicklung des Prozesses der Meldungsselektion, -übermittlung und

⁶⁹ Vgl. Willemsen In: Monkenbusch, Fernsehen – Medien, Macht und Märkte, 1994, S. 26

-rezeption. Das zweite entscheidende Merkmal ist das Medium Fernsehen, welches zur Nachrichtenverbreitung herangezogen wird.⁷⁰

Das Medium Fernsehen bietet auf den ersten Blick eine perfekte Plattform der Informationsübermittlung. Fernsehnachrichten scheinen für das Publikum, das attraktivste und effizienteste Mittel der Informationsbeschaffung zu sein. Beweise dafür sind hohe Einschaltquoten, Interessensbekundung und positive Beurteilung des Nachrichtenangebots durch das Publikum. Die Verarbeitung der Nachrichten von Seiten der Rezipienten steht nicht in positiver Korrelation mit dem Informationsgewinn. Schuld daran sind die halbherzige Aufmerksamkeit und die Verständlichkeitsschwierigkeiten aufgrund von kognitiver Überforderung. Um bewusst die Effizienz der Nachrichtensendungen zu steigern, werden vor allem bei Filmberichten Korrekturen im Bereich der Präsentation und Darstellungsform durchgeführt.⁷¹

Das so oft als Erstinformation bezeichnete Medium – das Fernsehen – ist als Quelle der Information nicht mehr wegzudenken. Beispiele dafür sind der Fall der Terroranschläge vom 11.September 2001 in den USA oder der Fall des Tsunami 2004 in Thailand. Diese Fälle veranschaulichten uns wie wichtig Fernsehnachrichten sind. Besonders das Beispiel der Terroranschläge steht als Exempel für die Gesamtheit und die Schnelligkeit sowie die Auswirkungen der TV-Nachrichten. Bereits fünfzehn Minuten nach dem ersten Einschlag der Maschine waren schon 30 Prozent der Deutschen Nation informiert und konnten mit einer gewissen Zeitverzögerung die zweite Detonation live miterleben. Nach der fünften Stunde waren 94% aller Deutschen über die Anschläge informiert. Davon wurden 44,9% via Fernseher informiert.⁷²

Seit der Erfindung des Fernsehers 1929, wurden Zuschauer mit einer Vielfalt von Informations- und Unterhaltungssendungen überhäuft. Einzelne Sendungen müssen mit gleichartigen Produkten um die Aufmerksamkeit der Zuschauer

⁷⁰ Vgl. Ludes, Von der Nachricht zur News Show, 1993, Einleitung

⁷¹ Vgl. Thomandl, Entstehung, Entwicklung und Rolle von Informationssendungen im Österreichischen Rundfunk am Beispiel der „Zeit im Bild“ - eine Bilanz. 1996, S. 21

⁷² Vgl. Ohler/ Schwiesau, Die Nachricht in Presse, Radio, Fernsehen, Nachrichtenagentur und Internet, 2003, S. 13

konkurrieren. Das Medium Fernsehen konnte sich neben Presse und Rundfunk behaupten. Die achtziger Jahre wurden zu den Kampfbahnen der Fernsehsender, dadurch wurden neue Trends in der Programmentwicklung gesetzt.⁷³

Das Besondere an Fernsehnachrichten ist, dass sie Informationen mit Bildern, Texten und Tönen zugleich übermitteln. Beim Medium Fernsehen steht das Bild im Vordergrund, es hat Aussagekraft und kann die Nachricht an sich oft beeinflussen. Bilder können auch einen negativen oder verfälschten Eindruck über die Nachricht vermitteln.⁷⁴

Für viele Wissenschaftler bedeuten Nachrichten im Massenmedium Fernsehen zwangsläufig Reduktion von Information und Konzentration. Man unterscheidet jedoch verschiedene Nuancen der kurzen Informationen. Die kürzesten Formen der Nachrichtenvermittlung sind Wortnachrichten und Nachrichtenfilme.⁷⁵

5.2 Geschichte der Fernsehnachrichten

Kino-Wochenschauen waren die Vorläufer der Fernsehnachrichten und gelangen das erste Mal 1895 durch die Brüder Lumière zum Ruhm. Sie drehten den ersten Dokumentarfilm mit dem Titel „Arbeiter verlassen die Fabrik“. Nur knapp ein Jahr später engagierten diese Pioniere den ersten Filmberichterstatter dessen Aufgabe es war zu wichtigen Ereignissen auch in ferne Länder zu reisen und von dort Filme mitzubringen. So entstand ein gut funktionierendes Verleihsystem für diese Aktualitätsfilme. Die Wochenschauen waren aber weniger eine Information als eine Weiterentwicklung von Schauergeschichten aus aller Welt. Vorgeführt wurden diese Filme in Tanzhallen, Varietes, Zelten und Wirtshäusern.⁷⁶

⁷³ Vgl. Huh, Bild-Schlagzeile, 1996, S. 16

⁷⁴ Vgl. Ohler/ Schwiesau, Die Nachricht in Presse, Radio, Fernsehen, Nachrichtenagentur und Internet , 2003, S. 264

⁷⁵ Vgl. Buchholz/ Schult, Fernsehjournalismus, 2002, S. 117

⁷⁶ Vgl. Straßner, Fernsehnachrichten – Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse , 1982, S. 1

Die folgende Grafik ist ein Zeitraffer der aktuellen wöchentlichen Filmberichterstattungen im Deutschen Reich, sortiert nach Datum von 1911-1933, der Machtübernahme Hitlers.

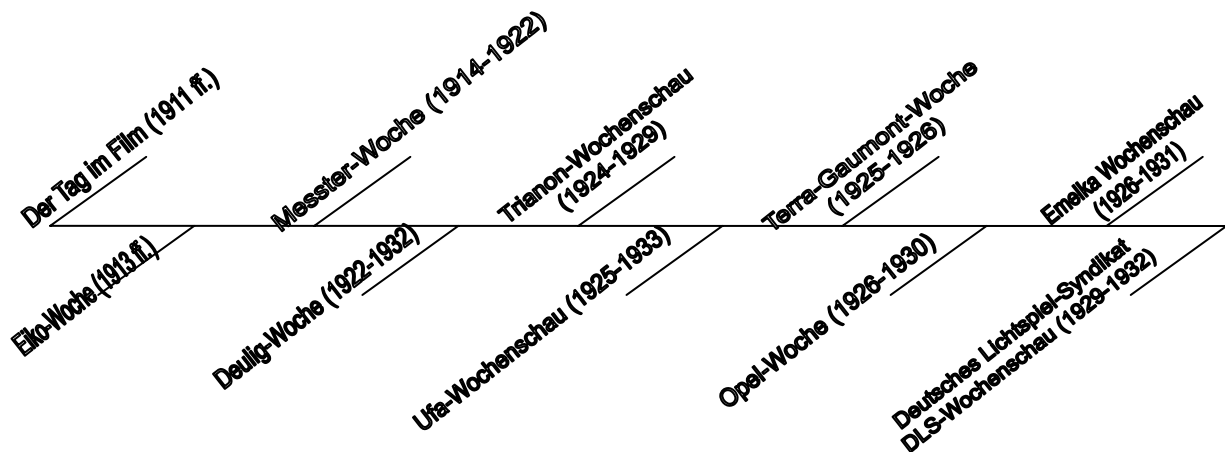


Abbildung 3: Wochenschauen Deutschland⁷⁷

Diese Berichterstattungen wurden wöchentlich im Begleitprogramm der Kinovorstellungen vorgeführt und waren mit 350 Metern Film relativ kurz. Erst mit Kriegsausbruch verdoppelte bzw. verdreifachte sich die Länge der Wochenschauen. In den ersten Jahren bestand der Inhalt dieser Sendungen aus Politik, Kultur, Sport und Unterhaltung. Diese Beiträge wurden vom Produzenten nach eigenem Ermessen und nach seiner Vermutung des Publikumsinteresses ausgewählt.⁷⁸

Das Demokratiezentrum Wien datiert die erste Wochenschau mit österreichischer Beteiligung im Jahr 1914 mit dem Titel: "Sascha-Messter-Woche". Wie man der Timeline entnehmen kann war Oskar Messter auch in Deutschland tätig. Die "Sascha-Messter-Woche" bestand bis ins Jahr 1918. Eine weitere internationale Wochenschau folgte im Jahr 1931 und bestand bis zum Beginn des Austrofaschismus im Jahr 1933. Von 1933-1938 produzierte Selenophon Film Ges.m.b.H. in Österreich die "Selenophon-Woche". Im Jahr 1938 wurde auf Initiative von Bundeskanzler Engelbert Dollfuß die Wochenschau "Österreich in

⁷⁷ Quelle: Inhalt nach: Straßner, Fernsehnachrichten – Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse , 1982, S. 1ff

⁷⁸ Vgl. Straßner, Fernsehnachrichten – Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse , 1982, S. 2

Bild und Ton" gegründet, welche von der Selenophon Licht- und Tonbild GmbH. produziert wurde und im Kinovorprogramm laufen musste. Die "Österreich in Bild und Ton" bestand bis zum Kriegsende des Jahres 1945. Diese Wochenschau wurde während des Nationalsozialismus gegründet und bis ins Jahr 1939 ausgestrahlt. In diesem Jahr wurde die "Ostmark-Wochenschau" von der deutschen "Ufa-Wochenschau" übernommen.⁷⁹

Im Jahr 1917 entdeckte die deutsche Wehrmacht zum ersten Mal die Macht der „Suggestion“ der Massen durch den Film und die Möglichkeit diese in den wöchentlichen Nachrichtenfilm einzusetzen. Das bewusste Einsetzen des propagandistischen Filmmaterials wurde im Zweiten Weltkrieg perfektioniert. 1933 konnte dieses „Hilfsmittel“ für die Beeinflussung der Massen eingesetzt werden. Gezielt wurde mit diesen Propaganda-Nachrichtenberichten zu Kriegsbeginn und Kriegsvorbereitung um die Unterstützung des Volkes gebuhlt. Vorwiegend wurden zu diesem Zeitpunkt und ebenfalls im weiteren Verlauf Aufmärsche, Parteienveranstaltungen, Kundgebungen und Übungen der Wehrmacht ausgestrahlt. Die Auslandsberichterstattung beschränkte sich auf Länder, die von der NSDAP als „Freunde“ eingestuft wurden. Die letzten „freien“ Wochenschauen wie die „Ufa-Tonwoche“, „Deulig-Tonwoche“ und „Tobis Woche“ wurden im November 1940 in die „Deutschen Wochen“ integriert. Die Inhalte der Beiträge änderten sich in Bezug auf das Element der Sensation. Ansonsten bestand die Berichterstattung aus Politik, Sport, Wissenschaft und Technik. Das Element der Sensation wurde durch die Darstellung von Kriegsschauplätzen eingesetzt, dies war weniger ein Tatsachenbericht der Lage an der Front als viel mehr ein propagandistisch inszenierter Durchhalte-Film.⁸⁰

Dienten Wochenschauen in ihrer Grundidee der Unterhaltung der Massen wurden sie spätestens mit Kriegsbeginn zum politischen Spielball. Nach Kriegsende behielt die Wochenschau den faden Beigeschmack des Propagandainstruments der Nationalsozialisten. Dies wurde durch den Einfluss der Besatzungsmächte nach Kriegsende nicht besser. Beispiel hierfür sind Britisch-amerikanische

⁷⁹ Demokratiezentrum Wien, url: <http://www.demokratiezentrum.org/wissen/timelines/geschichte-der-austria-wochenschau.html> Zugriff: 12.05.10

⁸⁰ Vgl. Straßner, Fernsehnachrichten – Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse, 1982, S. 2

Produktionen wie "Welt im Film" und "MPEA Tönende Wochenschau" (Motion Picture Export Association) ebenso wie russische Produktionen "Spiegel der Zeit" und "Wir sind dabei". Auch die französische Besatzung mischte bei den Wochenschauen mit, so trug ihre Produktion den Titel "Les actualités françaises". Diese Wochenschauen waren jedoch nicht flächendeckend im gesamten österreichischen Gebiet eingesetzt, sondern wurden oft nur in den jeweiligen Besatzungszonen gezeigt.⁸¹

Erst im Juni 1949 konnten sich die Alliierten und die Bundesregierung auf einen Grundsatzvertrag über die Gründung der "Austria Wochenschau" einigen. Im November des Jahres wurde zum ersten Mal nach Kriegsende 1945 wieder eine Wochenschau österreichischer Herkunft, die „Austria Wochenschau“, gezeigt. Sie ersetzt alle von den Besatzungsmächten produzierten Wochenschauen bis auf „MPEA-Tönende Wochenschau". Diese bestand bis 1952 und existiert unter dem Namen „Fox tönende Wochenschau" bis ins Jahr 1978. "Das Weltjournal" feiert 1954 als zweite Wochenschau-Ausgabe ihre Ausstrahlung. Der Schwerpunkt der Sendung lag vorwiegend im internationalen Bereich. Diese Wochenschau erschien bis ins Jahr 1971.⁸²

Durch die zunehmende Verbreitung des Fernsehens verlor die Austria Wochenschau ab den 60er und 70er Jahren immer mehr an Bedeutung. Der Aktualitätsanspruch konnte mit den aufkommenden tagesaktuellen Berichterstattungen nicht mehr gewährleistet werden. So musste sich die Wochenschau umorientieren und verlagerte ihre Berichterstattung von tagesaktuellen zu allgemeingültigeren Themen. In den letzten Jahren wurden vorwiegend österreichische Beiträge, gesellschaftspolitische Themen sowie Unterhaltungs- und Werbeeinschaltungen ausgestrahlt. Etliche äußerliche Veränderungen durchlief die Wochenschau in ihrer Geschichte, ob nun mit

⁸¹ Vgl. Demokratiezentrum Wien, url: <http://www.demokratiezentrum.org/wissen/timelines/geschichte-der-austria-wochenschau.html> Zugriff: 12.05.10

⁸² Vgl. Demokratiezentrum Wien, url: <http://www.demokratiezentrum.org/wissen/timelines/geschichte-der-austria-wochenschau.html> Zugriff: 12.05.10

weiblichen Moderatorinnen, in Farbe oder mit Werbung. Sie bestand bis ins Jahr 1982.⁸³

Die Pluralität der österreichischen Fernsehnachrichtenlandschaft kommt der, der Wochenschau gar nicht gleich. Im Gegenteil, die erste Nachrichtensendung, die „ZiB“, ging in Bild und Ton am 1. Jänner 1957 im öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf Sendung und sollte bis in die Jahre nach der tausender Wende, neben den Geschwistern „ZiB1“, „ZiB2“ und weiteren die Einzige sein. Schuld daran war die Monopolstellung des österreichischen Rundfunks (ORF), denn bis 2001 gab es bis auf die „ZiB“ keine weiteren Nachrichtensendungen im Fernsehen. Erst als das Privatfernsehgesetz verabschiedet wurde, bot das Gesetz genügend Freiraum für andere Sender und somit auch andere Nachrichtensendungen.

5.3 „ZiB“

Am 1. Jänner 1957 wurde die Sendung "Zeit im Bild" zum ersten Mal mit Wort- und Filmbeiträgen ausgestrahlt. Damals betrug die Sendezeit knapp 30 Minuten. Die BBC-Nachrichtensendung "Nine O'Clock News" diente als Vorbild. In den 50er und 60er Jahren war die „Zeit im Bild“ eine Sprechersendung. Dies bedeutet, dass die Nachrichtensprecher den Bildschirm zur Gänze oder beinahe völlig ausfüllten. Die immer gleich bleibende Bildeinstellung sollte dazu beitragen die Objektivität des Sprechers zu garantieren und als roten Faden durch die Sendung zu führen auch wenn diese während der Bild- oder Filmeinblendungen verschwanden. Die Rolle der Sprecher war damals passiv und anonym. Die Hauptaufgabe bestand im Verlesen eines vorgefertigten Textes welcher von einem Textproduzenten hergestellt wurde. 1957 gab es neben der „Zeit im Bild“ noch eine zweite Informationssendung, nämlich die Kurznachrichten am Ende der Sendung, welche zwischen fünf und zehn Minuten dauerten.⁸⁴

⁸³ Vgl. Demokratiezentrum Wien, url: <http://www.demokratiezentrum.org/wissen/timelines/geschichte-der-austria-wochenschau.html> Zugriff: 12.05.10

⁸⁴ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url: <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

Bis 2010 gab es viele Veränderungen bei der „Zeit im Bild“. Aus der Sprechersendung wurde eine Journalsendung und äußerlich wurde mehrmals das Gewand getauscht.

5.3.1 Veränderung der „ZiB“ 1975

Im Februar 1975 wurde die Sendung in "Zeit im Bild 1" umbenannt und im 1. Programm (ORF1) um 19.30 Uhr ausgestrahlt. Weiters wurde die Nachrichtensendung durch eine "Zeit im Bild 2" im 2. Programm (ORF2) des österreichischen Rundfunks ergänzt.⁸⁵

Während die „ZiB1“ feste Beginnzeiten hatte wechselte dies bei der "ZiB2". Die Beginn- und Endzeiten der „ZiB2“ wurden dem umliegenden Programm angepasst. Die Moderatoren waren der Mittelpunkt der Sendung und führten durch das bunte Nachrichtenprogramm. Vorwiegend bestand die Aufgabe der Moderatoren in der gedanklichen Hinleitung zu einem Thema und der Bereitschaft die Aufmerksamkeit der Zuschauer immer neu zu entfachen. Der Unterschied zwischen Moderatoren und Sprechern war, dass die Moderatoren weitgehendst selbst die Verantwortung für das „Gesagte“ trugen.⁸⁶

1975 wurde erstmals das Blue-Screen-Verfahren eingeführt, dies sollte beiden Sendungen zur zusätzlichen Illustration der Nachrichten verhelfen. Bei diesem Vorgang werden künstliche Hintergründe in Aufnahmestudios geschaffen, Dreh- und Angelpunkt dieses Verfahrens ist die blaue Spezialleinwand. Ein Bildgeber projiziert ein Bild auf diese Wand, welche es auftreffend auf eine elektronische Kamera zurückwirft. Dies dient zur optischen Stütze der Sprecher und ermöglicht im Hintergrund eine zur Meldung jeweils passende Illustration. Das Bild der Nachrichtensendung änderte sich dadurch. Der Schwerpunkt lag jetzt nicht mehr auf dem Sprecher, diese rückten in die rechte untere Ecke des Bildes. Der Vorteil dieser Hintergrund-Illustration war, dass die Bildschirmfläche mit zusätzlichen

⁸⁵ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url:
<http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

⁸⁶ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url:
<http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

Informationen angefüllt werden konnte, welche zu Sprecher und Text korrespondierten.⁸⁷

Die "Zeit im Bild 1" blieb 1975 dem konventionellen Stil als Sprechersendung treu. Begonnen wurde die Sendung mit Schlagzeilen, anschließend wurde ausführlich die Innen- und Außenpolitik behandelt. Das Ende der Sendung bildete die Kultur und das Wetter. Die "Zeit im Bild 2" hingegen war ein neue Form der Informationssendung. Angelehnt an den Nachrichtensendungen in den USA sollten Showelemente mit einfließen. Kerngedanke war es, durch Information und Unterhaltung eine neue Form der Informationssendung zu kreieren. Heute ist dies unter dem Begriff „Infotainment“ bekannt. Weiters gab es in der „ZiB2“ nicht die üblichen Elemente der Informationsberichterstattung wie Innen- und Außenpolitik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Sport. Ziel war nicht einen Überblick für die Nachrichten des Tages zu schaffen, sondern sich viel mehr auf „Themen des Tages“ zu konzentrieren und ausführlich darüber zu berichten. So nahmen manche dieser Beiträge bis zu elf Minuten der Sendezeit in Anspruch.⁸⁸

5.3.2 Veränderung der „ZiB“ 1979

Zwei wichtige Veränderungen gab es ab dem 22. Oktober 1979. Die "Zeit im Bild 1" wurde nun täglich in beiden Programmen ausgestrahlt und die "Zeit im Bild 2" durch die Sendung "Zehn vor Zehn" ersetzt. Die Nachrichtensendung „Zehn vor Zehn“ begann, wie der Name schon verriet, um 21.50 Uhr und dauerte bis 22.20 Uhr. Der ursprüngliche Sendecharakter einer Studiosendung, wie es von der „ZiB2“ gewohnt war, änderte sich in eine Journalssendung. Im Vordergrund standen die Moderatoren, die informierende Hintergrundberichterstattungen boten. So wurde mehr Raum für Live-Interviews im Studio, Filmberichte oder Schaltgespräche geboten. Auch diese Sendung bot aktuelle Meldungen. Die von

⁸⁷ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url: <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

⁸⁸ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url: <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

„Zehn vor Zehn“ ersetzte Nachrichtensendung „ZiB2“, hatte jetzt den Charakter einer konventionellen spätabendlichen Informationssendung.⁸⁹

Die Moderatoren-Rolle veränderte sich ebenfalls. Waren sie früher nur für das Ablesen des Textes verantwortlich, sind sie heute ausnahmslos professionelle Journalisten, die aktiv den Sendungsverlauf mitbestimmen und ihre Texte mehrheitlich selbst verfassen.

5.3.3 Veränderung der „ZiB“ 1984

Ab dem 26. März 1984 wurde aus der Informationssendung "Zehn vor Zehn" wieder die "Zeit im Bild 2". Ihr neuer Sendeplatz war Montags bis Freitags um 21.15 Uhr und dauerte 20 Minuten. Die Dauer der Sendung wurde zugunsten einer erweiterten Kulturberichterstattung – des "Kulturjournals" gekürzt. Die Hauptaufgabe der „ZiB2“ war es, jene Neuigkeiten zu präsentieren, die in der "ZiB1" auf Grund von Zeitmangel oder der nachrangigen Aktualität nicht mehr berücksichtigt werden konnten.⁹⁰

Eine weitere wichtige Veränderung aus dem Jahr 1984 ist der 24-Stunden-Newsroom, welcher nach CNN-Vorbild zu "Breaking News" ausgebaut wurde. Der Newsroom bietet vor allem eine bessere interne Kommunikation sowie mehr Flexibilität bei Live-Sendungen, denn alle involvierten Akteure, die an der Produktion von Nachrichten beteiligt sind, wie Redakteure, Bild-/Tonregie, Kameras, Sprecher und Moderatorenplätze befinden sich in einem Raum.⁹¹

5.3.4 Veränderung der „ZiB“ 1990

Die Nachrichtensendung "Zeit im Bild 2" sollte 1990 im neuen Gewand erstrahlen. Das neue Konzept bot eine ausgewogene Mischung aus News-Berichterstattung,

⁸⁹ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url: <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

⁹⁰ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url: <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

⁹¹ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url: <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

Hintergrundinformation und unterhaltenden Elementen. Der Studiocharakter wurde wieder zu einem wesentlichen Gestaltungsmerkmal in der Live-Elemente einen besonderen Stellenwert bekamen.⁹²

Auch die Organisationsstruktur der "Zeit im Bild" änderte sich. Waren bisher die "Zeit im Bild"-Redaktionen zusammengelegt, wurde von nun an für jede Sendung ein stellvertretender Chefredakteur eingestellt.

Eine erneute Namensänderung der beiden Nachrichtensendungen "Zeit im Bild 1" und "Zeit im Bild 2" gab es ab 1. Jänner 1991, diese wurden umbenannt in "Zeit im Bild, Ausgabe 19.30" und "Zeit im Bild, Ausgabe 22.00". Grund für die Umbenennung waren die assoziativen Wertungen, die bei den Zahlen "1" und "2" auftraten und somit beim Rezipienten vortäuschten die Sendungen seien bevorzugt oder benachteiligt. 1998 bekam der ORF eine dritte „ZiB“-Redaktion - "Zeit im Bild 3" welche täglich um Mitternacht ausgestrahlt wurde.⁹³

5.3.5 Die „ZiB“ heute

Heute wird die "Zeit im Bild 1" täglich von rund 2,5 Mio. Menschen gesehen und von abwechselnden Moderatoren-Paaren präsentiert. Seit 14. Oktober 2002 greift die „ZiB1“ auf das Prinzip der Einzelmoderation zurück und setzt einen weiteren Schwerpunkt im Kulturteil, der ebenfalls abwechselnd von jeweils einer Moderatorin präsentiert wird. Wetter und Sport sind ebenfalls im Sendungsrahmen enthalten. Der ORF hat das Format mit der Programmreform 2007 ausgedehnt. Dazu gekommen ist der „ZiB-Flash“, eine dreiminütige Kurzzusammenfassung der wichtigsten Themen mit drei Ausgaben täglich. Die zwanzigminütige Nachrichtensendung „ZiB24“ wird an Werktagen um Mitternacht im ORF1 ausgestrahlt und ersetzt die „ZiB3“ die zuvor auf ORF2 ausgestrahlt wurde. Auch die „ZiB20“ läuft Montag bis Freitag im ORF1 sowie die Ausgaben der „ZiB“ um

⁹² Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url: <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

⁹³ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url: <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

9.00, 13.00 und 17.00 Uhr, die "Zeit im Bild" und die "ZiB 2" (bzw. die Spät-„ZiB“ am Wochenende) im ORF2.⁹⁴

Sämtliche Ausgaben der „ZiB“ gehen aus dem ORF-Newsroom, welcher seit der Programmreform im April 2007 mit Hightech-Videowalls ausgestattet ist, on air. Durch diese Videowall werden sämtliche Beiträge und Grafiken eingespielt.⁹⁵

Die „Zeit im Bild“ bezieht ihr Basismaterial von folgenden Anbietern⁹⁶:

- Wortagenturen wie Agence France Press, Austria Presse Agentur, deutsche Associated Press mbH, Associated Press, Reuters
- Filmagenturen wie UPI – Television News Film und weitere
- Eurovision
- 17 Außenbüros und 23 Auslandskorrespondenten
- Intervision
- Diverse Informanten aus öffentlichen Ämtern, Behörden, dem Parlament und den Ministerien, aber auch von Informanten der privaten Wirtschaft sowie Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens.

Vergleichsweise mit anderen deutschsprachigen Ländern lag Österreich mit der Vielfalt von Nachrichtensendungen sehr weit zurück, welches mit der Monopolstellung des ORF verbunden war.

5.4 ATV-Aktuell

Der Vorgänger von ATV+ war „Wien 1“ und wurde – wie der Name bereits vorausschickt – in Wien empfangen. Gegründet wurde er im Jahr 1997 kurz nach Inkraftnahme des Kabel- und Satellitenrundfunkgesetzes. Nach der Reform des

⁹⁴ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url: <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

⁹⁵ Vgl. ORF-Kundendienst. url : http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf2/zib_ueberblick.html Zugriff: 13.05.10

⁹⁶ Vgl. Franz X. Eder, Geschichte Online. url: <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10

Privatfernseh-Gesetzes wurde ATV+ als erstem bundesweit terrestrisch empfangenem Privatfernsehsender für damals 10 Jahre die Lizenz vergeben.⁹⁷

ATV+ wird 2002 gegründet. Dies konnte nur durch den Beschluss des Privatfernsehgesetzes im Nationalrat 2001 erfolgen, welcher die Zulassung von Privatfernsehen und von regionalem Fernsehen regelt. Die bundesweite Privatfernsehlizenz, die ATV+ im Februar 2002 erteilt wurde, war ein weiterer Schritt zur Ermöglichung der Etablierung des Senders. Am 1. Juni 2003 beginnt der erste österreichweite Sendebetrieb von ATV+.⁹⁸

ATV+ zählt zu den führenden Privatsendern Österreichs. Umso wichtiger ist die Nachrichtensendung „ATV-Aktuell“ die auf der Homepage des Senders als:

„Die Nachrichten, über die Österreich spricht: Schnell, top-aktuell und informativ. Die besten Bilder, die bewegendsten Momente, die größten Emotionen aus Politik, Chronik, Wirtschaft und Sport. Unsere ATV-Reporter stellen die Fragen, auf die du eine Antwort willst. Sie berichten über jene Themen, die die Menschen bewegen.“⁹⁹

beschrieben wird.

„ATV-Aktuell“ wird täglich um 19.20 Uhr ausgestrahlt. Seit Februar 2007 erweiterte ATV+ sein Informationsprogramm ferner von Montags bis Freitags 16.25 Uhr. Dieses Nachmittagsprogramm bietet eine zusätzliche Möglichkeit der Information verpackt in einem dreiminütigen Nachrichtenüberblick und wird ebenfalls unter dem Namen „ATV- Aktuell“ ausgestrahlt.

5.5 Puls 4 AustriaNews

Die Geschichte der Puls 4 AustriaNews geht weit vor die Existenz des Senders zurück. Um zum Ursprung der Nachrichtensendung zu kommen ist die Geschichte der ProSieben Austria TopNews zu berücksichtigen.

⁹⁷ Vgl. Haas, Medienkunde, 2005, S. 97

⁹⁸ Vgl. Haas, Medienkunde, 2005, S. 97f

⁹⁹ ATV Privat TV GmbH & Co KG. url: <http://ATV+.at/contentset/4799-ATV+%20Aktuell%20mit%20Sport>
Zugriff: 13.05.10

Am 26. Jänner 2004 startete die dritte tagesaktuelle Nachrichtensendung – die „ProSieben Austria TopNews“ – welche zunächst noch als Nachrichtenfenster für österreichische Zuseher der Fernsehkanäle ProSieben, Sat1 und Kabel1 ausgestrahlt wurde. Ermöglicht wurde dies durch die SevenOne Media Austria, eine Tochtergesellschaft der ProSiebenSat. 1 Medien AG, die von der Komm Austria 2003 eine Programmfensterlizenz erwerben konnte und zu diesem Zweck die ProSieben Austria AG gründete. Im Jänner 2008 erwirbt die ProSiebenSat. 1 Gruppe den Sender „PULS TV“, welcher vorerst nur in Wien empfangen wurde. Dies wurde mit dem Erwerb des Senders geändert und zum Start in „PULS 4“ umbenannt. PULS 4 ist Österreichs vierter Sender mit Vollprogramm.¹⁰⁰

Das „AustriaNews Network“ der ProSiebenSat. 1 Medien AG besteht unter anderem aus den Nachrichtenfenstern und den Puls 4 AustriaNews. Insgesamt hat die ProSiebenSat. 1 Gruppe 14 Newssendungen pro Tag auf vier Sendern: ProSieben Austria, Sat.1 Österreich, PULS 4 und Café Puls.

Die Sendezeiten der einzelnen Nachrichtensendungen fallen wie folgt aus:

- **Sat.1 AustriaNews:**

Montag bis Samstag 20:00 Uhr / Sonntag 18:30 Uhr

Moderation: Thomas Mohr

- **ProSieben AustriaNews:**

Montag bis Sonntag 18:00 Uhr

Moderation: Alexander Schweitzer

- **PULS 4 AustriaNews:**

Montag bis Freitag 18:30 Uhr / Samstag und Sonntag 20:10 Uhr

Moderation: Amira Awad

- **Café Puls AustriaNews:**

¹⁰⁰ Vgl. SevenOne Media Austria. url: <http://www.sevenonemedia.at/content/bereich/philosophie.html> Zugriff: 03.06.10

Montag bis Freitag 06:00 Uhr bis 11:00 Uhr zu jeder vollen und halben Stunde
Moderation: Florian Danner, Fabian Kissler

Die Einheit der Nachrichtensendungen der AustrianNews Network sollte ab Montag, dem 30. März 2009, auch visuell erkennbar sein. Alle „AustriaNews“-Sendungen bekamen ein neues, einheitliches Design für Studio, Grafiken und Logos. Besonders der neue Newsroom schafft einen Rahmen der Einheitlichkeit aller Sender, eine klare Wiedererkennbarkeit und Verbundenheit. Des Weiteren tritt seit März 2009 eine Formatänderung in Kraft. Die Nachrichtensendungen werden ab diesem Zeitpunkt im 16:9-Format ausgestrahlt. Auch inhaltlich werden die Nachrichten neu überarbeitet. Korrespondenten aus ganz Österreich sowie das Wiener Kernteam berichten über Themen aus nationaler und internationaler Politik sowie Chronik, Kultur und Wirtschaft. Alle Informationen werden bei gleichzeitiger voller Nachrichtenkompetenz frischer und dynamischer behandelt.¹⁰¹

Das Ziel der ProSiebenSat. 1 Gruppe mit den Puls 4 Austria News ein breites österreichisches Publikum anzusprechen, wurde bereits wenige Monate später erfüllt, vor allem die jungen Zuseher bevorzugen diese Nachrichtenformate. Durch die Zielgruppe der 12-49 Jährigen erreicht diese „Sende Allianz“ Spitzenreichweiten von bis zu 145.000 Zuseher/innen.

Das Leitmotto der PULS 4 Austria News wird auf der Homepage wie folgt erklärt:

„In den "PULS 4 AustriaNews" bekommen die Zuseher/innen informative, erfrischende und kurzweilige Nachrichten aus Österreich und der Welt. "PULS 4 AustriaNews" vermitteln Kompetenz, Aktualität und Service.“¹⁰²

¹⁰¹ Vgl. SevenOne Media Austria. url: http://www.sevenonemedia.at/content/beitrag/relaunch_austriannewsnetwork_presse_090327.html Zugriff: 03.06.10

¹⁰² Puls 4.at „Austria News“. url: http://www.puls4.com/tv-sendung/PULS-4-News/community_/sendung/uebersicht/1361511/tvscheduleid/14567994 Zugriff: 13.05.10

5.6 Quellen und Materialbasis von Fernsehnachrichten

Wie bereits im Kapitel über die „Zeit im Bild“ erwähnt, gibt es verschiedene Arten der Materialbeschaffung, welche in den nachfolgenden Seiten genau erklärt werden. Auch neue Wege der Materialbeschaffung wie UGC (User Generated Content) werden in diesem Kapitel definiert. Dies ist sehr wichtig, da sich diese Arbeit mit dem Umgang eben dieses Materials beschäftigt.

Die tagesaktuelle Fernsehberichterstattung lebt vom Angebot der Wort-, Film und Bildagenturen. In der Regel haben Fernsehsender deshalb gleich mehrere Abonnements bei diesen Agenturen. Dies dient nicht nur der Pluralität, sondern und vor allem der Quellenprüfung.¹⁰³

Die Kommunikationsforschung hat sich schon früh mit der Frage nach dem Quellenbezug der Medien und den Bezugsgruppen rund um die Medienkommunikation auseinander gesetzt. Bereits Max Weber setzte den Schwerpunkt in der Materialbeschaffung von Journalisten bei einer Forschung über die Soziologie des Zeitungswesens im Jahr 1911. Er kam zu dem Ergebnis, dass der Journalismus sich durch die Nachrichtenagenturen drastisch verändere.¹⁰⁴

5.6.1 Wortagenturen

Die wohl berühmtesten Wortagenturen in Österreich und Deutschland sind: Austria Presse Agentur (APA), Agence France Press (AFP), Deutsche Presseagentur (dpa), Deutscher Depeschendienst (ddp) und Reuters (rtr).

Wortagenturen widmen sich der Nachrichtensammlung und Nachrichtenwiedergabe. Ihre Hauptaufgabe besteht darin Informationen zu sammeln, diese zu bearbeiten, zu prüfen und je nach Nachfrage an Zeitungen, Fernsehstationen und andere Medien gegen Bezahlung weiterzugeben. Jeden Tag gibt es hunderte und manchmal auch tausende neuer Meldungen. Dabei

¹⁰³ Vgl. Straßner, Fernsehnachrichten – Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse , 1982, S. 26

¹⁰⁴ Vgl. Weischenberg, 1995, Journalistik, Band 2, S. 190f

unterscheidet man zwischen normalen Meldungen, Nachrichten ohne Dringlichkeit, dringende Meldungen, Vorabmeldungen (besteht meistens aus maximal zehn Zeilen), Blitzmeldungen (z.B. bei Kriegsausbruch, Putsch oder Tod wichtiger Persönlichkeiten) und Eilmeldungen.¹⁰⁵

Charles-Louis Havas gründete 1835 die ersten Nachrichtenagenturen in Paris mit der "Agence Havas", die weltweit erste Nachrichtenagentur, die später unter dem Namen Agence France Press (AFP) weitergeführt wurde. Durch die steigende Nachfrage nach Weltinformationen wurden im Jahr 1850 weitere Büros, die auf den Handel mit Nachrichten spezialisiert waren, gegründet:¹⁰⁶

- 1848 in New York, die „Associated Press“
- 1849 in Berlin, das „Wolff’sche Telegraphische Bureau“
- 1849 in Wien, die "Österreichische Correspondenz"
- 1851 in London, „Mr. Reuter's Cabled Messages“

5.6.1.1 APA

Die APA ist ein wirtschaftlich erfolgreiches und unabhängiges Unternehmen in Österreich. Sie ist primäre Informationsquelle und Informationslieferant des Landes, welche in gleichen Maßen als Quelle für Tageszeitungen, Radio und Fernsehen sowie Online-Diensten und Zeitschriften dient. Die erzeugten Produkte müssen, laut Leitmotto der APA, ausgewogen, verlässlich, schnell und unabhängig sein. Die Geschichte der Austria Presse Agentur geht weit zurück.¹⁰⁷

Die "Österreichische Correspondenz" wurde von Joseph Tuvora 1849 in Wien gegründet und gilt als ältester Vorläufer der heutigen APA. Im Jänner 1860 wurde sie zur Vermeidung von Falschmeldungen und zur besseren Kontrolle verstaatlicht. Das „k. k. Telegraphen-Korrespondenz-Bureau“ führte die Agenden

¹⁰⁵ Vgl. Hacke, Karin. dpa, ddp, afp und epd... Oder: Was sind Nachrichtenagenturen? Schweriner Volkszeitung. url: <http://www.svz.de/dossiers/zeitungskongress/zeitungskongress-detail/article/1461/dpa-ddp-afp-und-epd-oder-was-sind-nachrichtenagenturen.html> Zugriff: 15.05.10

¹⁰⁶ Vgl. Austria Presse Agentur. url: http://www.apa.at/site/Leitmedium_APA/Geschichte Zugriff: 13.05.10

¹⁰⁷ Vgl. Austria Presse Agentur. url: http://www.apa.at/site/Leitmedium_APA Zugriff: 13.05.10

von nun an. Diese wurde im Jahr 1922 in „Amtliche Nachrichtenstelle“ (ANA) umbenannt. Das Propaganda-Regime der Nationalsozialisten löste die ANA 1938 durch das „Deutsche Nachrichten Büro“ (DNB) ab. Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs wurde die ANA im Mai 1945 wieder ins Leben gerufen. Reuters entsandte wenig später Alfred Geiringer nach Wien, der die APA am 1. September 1946 als Genossenschaft der österreichischen Zeitungen gründen sollte. Die Unabhängigkeit ist das oberste Statut der Austria Presse Agentur. Die APA konnte dies erst in den 70er Jahren realisieren als die parteipolitische Einflussnahme durch die Parteienzeitungen sank.¹⁰⁸

Die Austria Presse Agentur ist heute Österreichs führender Informationsdienstleister; 15 österreichische Tageszeitungen und der ORF sind die Eigentümer dieser Nachrichtenagentur. Diese Eigentumsverhältnisse sollen die Unabhängigkeit und Unparteilichkeit der APA garantieren. Alle Mitglieder haben unabhängig von ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit gegen ein Entgelt gleichen Zugang zu den APA-Erzeugnissen.¹⁰⁹

5.6.2 Filmagenturen

Eine Filmagentur beliefert Fernsehsender oder auch das Internet gegen Bezahlung mit Filmmeldungen. Zu den bekanntesten zählen die amerikanisch-englische UPITN (UPI-Television News Film), die British Visnews und CBS-Newsfilm (amerikanische Rundfunk- und Fernsehgesellschaft des Columbia Broadcasting Systems). Diese Agenturen haben international agierende Korrespondenten, die ihnen das Filmmaterial zukommen lassen. Das Filmmaterial dauert im Schnitt 60-75 Sekunden. Davon werden täglich zwischen 12 und 20 Filme angeboten. Im Lieferumfang inkludiert sind beschreibende Texte in deutscher, englischer und französischer Sprache. In periodischer Abfolge werden auch Hintergrundberichte angeboten, die eine Spieldauer von drei bis zehn Minuten haben.¹¹⁰

¹⁰⁸ Vgl. Austria Presse Agentur. url: http://www.apa.at/site/Leitmedium_APA/Geschichte Zugriff: 13.05.10

¹⁰⁹ Vgl. Austria Presse Agentur. url: http://www.apa.at/site/Leitmedium_APA Zugriff: 13.05.10

¹¹⁰ Vgl. Straßner, Fernsehnachrichten – Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse, 1982, S. 29

5.6.3 Bildagenturen

Das Material, welches von Bildagenturen angeboten wird, beschränkt sich nicht nur auf das klassische Bildmaterial „Foto“ sondern beinhaltet auch Karten, Diapositiven und Grafiken. Besonders gefragt sind diese Materialien seit der Einführung des Blue-Screen-Verfahrens 1973 und den damit verbundenen Möglichkeiten der zusätzlichen Illustrationen von Sendungen. Über Fax-Geräte erhalten die Nachrichtenredaktionen aktuelle Fotos von Agenturen wie APA, dpa, UPI und dergleichen. Karten werden bevorzugt vom Globus-Kartendienst akquiriert. Weiteres Illustrationsmaterial kann von ADN (Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst) und PI (Photo International) bezogen werden.¹¹¹

5.6.4 Außenbüros und externe Produktionsfirmen

Viele Sendeanstalten unterhalten Außenbüros, die einen großen Anteil der verwendeten Filme über internationale Ereignisse ausmachen. Auslandskorrespondenten haben in der Regel ihr eigenes Kamerateam und produzieren auf Wunsch der Redaktion oder aus eigenem Antrieb vor allem Ereignisse die vorhersehbar sind. Beispielsweise Hintergrundberichterstattungen oder umfassende Themen für Magazine. Auslandskorrespondenten rentieren sich bei aktuellen Themen in der Ferne weniger, da der Aufwand der Lieferkosten und die Lieferzeit des Materials sehr hoch sein kann. Drei Möglichkeiten der Auslandsberichtbeschaffung sind möglich:¹¹²

1. Die langsamste Variante wäre der Versand per Flugzeug, Bahn, Auto oder Kurier.
2. Überspielung des Materials durch die Übertragung per Leitung. Dazu muss ein Studio sowie eine Leitung gemietet werden. Bei international bedeutenden Ereignissen kann es bei dieser Methode zu Engpässen der Leitungen kommen.

¹¹¹ Vgl. Straßner, Fernsehnachrichten – Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse , 1982, S. 32

¹¹² Vgl. Straßner, Fernsehnachrichten – Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse , 1982, S. 32f

3. Die schnellste jedoch kostenaufwendigste Möglichkeit ist die Satellitenübertragung.

Diese Gründe könnten auch dazu führen, dass man Material von anderen Produktionsfirmen kauft, wenn keine Auslandskorrespondenten zur Verfügung stehen.

5.6.5 User Generated Content

Der Begriff „User Generated Content“ hat sich erst in den Jahren seit der Etablierung des „Web 2.0“¹¹³ eingebürgert und ist auch unter dem Begriff UCC (User Created Content) bekannt. Während Fernsehstationen wie RTL eigene Abteilungen haben, die sich der Recherche rund um Kommunikationsplattformen mit UGC-Gehalt widmen, scheint sich die Wissenschaft erst langsam mit dem Begriff auseinanderzusetzen. Im folgenden Kapitel soll eine Eingrenzung dieses Begriffs erfolgen. Außerdem sollen Fallbeispiele und der rechtliche Rahmen bei der Verwendung dieser Inhalte beschrieben werden.

5.6.5.1 Definition

UGC - User Generated Content beinhaltet laut Thomas Hess drei wesentliche Merkmale:

*„Zunächst ist der Nutzer kein reiner Konsument mehr, sondern produziert ebenfalls Inhalte, womit er die Rolle des Prosumenten zugeschrieben bekommt. Dabei wechselt er jedoch nicht die Seite und produziert die Inhalte z.B. für ein Unternehmen um Erlöse zu generieren, sondern verfolgt dabei zunächst keine monetären Absichten. Die dritte und letzte Voraussetzung ist die massenmediale Ausrichtung der Inhalte, die für eine breite Öffentlichkeit und nicht nur für einzelne Nutzer z.B. in einem E-Mail - Verteiler bestimmt sind“.*¹¹⁴

¹¹³ Nachzulesen in: Alby, Tom. Web 2.0 Konzepte, Anwendung, Technologien. 2007

¹¹⁴ Hess, Thomas. Neue Kanäle, neue Inhalte: User Generated Content oder wie man sich die Energie der Kunden zunutze machen kann. In: Freyberg/ Picot, Media Reloaded, 2010, S. 33

Auch der diplomierte Medienwirt Martin Stachel definiert UGC ähnlich:

„Bei UGC handelt es sich im Gegensatz zu Inhalten des Internets der ersten Generation um Inhalte, die von den Nutzern selbst erstellt werden und anderen Usern – meist kostenfrei – zur Verfügung gestellt werden. Oft schließt sich an die Veröffentlichung der Inhalte zwar eine Kommunikation in Form von Kommentaren oder Bewertungen anderer User oder deren Weiterverwendung dieser Inhalte durch andere User an, dennoch funktionieren Applikationen mit primären UGC-Aspekt prinzipiell auch, wenn alle anderen User lediglich passiv rezipierend sind und keine Kommunikation zustande kommt. Das originäre Ziel von UGC-Applikationen ist also die partizipative Gestaltung des Internets durch die Publikation nutzergenerierter Inhalte nach dem one-to-many-Prinzip mit der Möglichkeit der Anschlusskommunikation.“¹¹⁵

In der nachfolgenden Grafik werden diese beiden Definitionen vereint.

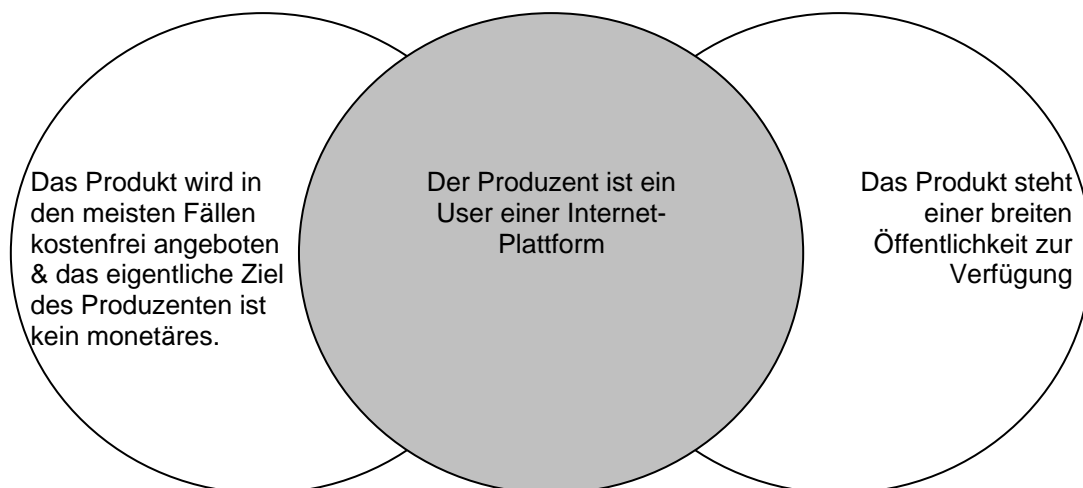


Abbildung 4: Drei Kriterien für User Generated Content¹¹⁶

¹¹⁵ Vgl. Stachel, 'TV 2.0' - Neue Anforderungen an ein altes Medium, 2007, S. 28f

¹¹⁶ Quelle: Inhalt nach: Hess und Stachel

Die OECD hat unter dem Begriff User Created Content acht verschiedene Typen erforscht, welche die Definition von UGC an dieser Stelle komplettieren sollen¹¹⁷:

1. **Texte, Romane und Poesie:** In originalen oder auch in abgeänderten Versionen.
2. **Fotos und Bilder:** Digitale Fotos, die von Usern online gestellt wurden sowie Fotos und Bilder, die von Usern kreiert oder auch modifiziert wurden.
3. **Musik und Audiofiles:** Audioaufnahmen und/oder abgeänderte Varianten davon, die von Nutzern erstellt werden. Beispielsweise kann es sich dabei um eigens erstellte Musikaufnahmen und Podcasts handeln.
4. **Film und Videofiles:** Audiovisuelle Aufnahmen wie selbst gedrehte Videos, Dokumentationen und Mischformen. Ermöglicht wird dies durch Webseiten wie YouTube.
5. **ziviler Journalismus:** Journalistische Berichterstattungen auf Blogs oder eigenen Webseiten veröffentlicht.
6. **bildender Inhalt:** Kreierter Wissensinhalt auf universitärer oder schulischer Basis oder mit dem Gedanken der Weiterbildung.
7. **mobiler Inhalt:** Mit Hilfe von Handys oder anderen drahtlosen Geräten erschaffener Inhalt.
8. **virtueller Inhalt:** Nur in der virtuellen Welt existent, beispielsweise Gegenstände, die durch Computerspiele an Wert gewinnen.

Dennoch fallen Videos, Bilder, Dokumente und Tonaufnahmen, die auf keine Plattform hochgeladen wurden, nach diesem Vorbild der erwähnten Definitionen auch unter den Begriff des User Generated Content. Handelt es sich um Material, welches nicht vom Anbieter selbst erstellt wurde (UGC, UCC) so fallen demnach auch jene Privatpersonen, die ihr Material dem entsprechenden Sender direkt anbieten unter diesen Begriff.

¹¹⁷ Vgl. OECD 2007, Participativ Web: USER-CREATED CONTENT url: <http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf> Zugriff: 02.04.10

5.6.5.2 Rechtslage von UGC

Während die Rechtslage der Verwendung, Wiederverwendung, Abänderung und Archivierung des erworbenen Materials bei Wort-, Bild- und Filmagenturen klar definiert und vertraglich geregelt ist, kommt es bei UGC zu vielen offenen Fragen. Carsten Ulbricht, Rechtsanwalt und Experte für Web 2.0, berät deshalb Firmen, die Material von diesen Plattformen verwenden.

Auf seiner Webseite www.rechtzweinull.de schildert Ulbricht die schwierige Rechtslage von der Arbeit mit UGC-Material. Grundsätzlich steht einer Verwendung des Materials nichts entgegen, wenn es nicht dem Schutzrecht unterliegt. Dieses Recht tritt in Kraft, wenn es sich exemplarisch um die Schöpfung eines persönlichen und geistigen Eigentums handelt. Der Rechtsanwalt erklärt, dass diese Schöpfung einen gewissen Qualitätsstandart und Gestaltungsgrad erfüllen muss um geschützt zu sein. Falls jemand Gedichte posted, sind diese Eigentum des Autors genau wie Songs, gewöhnliche Beiträge und Kommentare und fallen aus dieser besagten Schutzzone. Ähnlich gestaltet es sich bei Bildern und Videos. Ist der Gestaltungsaspekt gegeben wie z.B. bei einem Musikvideo oder einem Kunstfoto, sind diese urheberrechtlich geschützt. Wenn das Material in diese Schutzzone fällt, ist eine Verwendung, Weiterleitung und Abänderung dieses Produkts nur mit Zustimmung des Schöpfers dieser Werke möglich.¹¹⁸

Auch die Wirtschaftskammer Österreich erklärt das Nutzungsverhältnis dieser Inhalte, welches durch das Urheberrechtsgesetz geregelt ist, ähnlich:

„Die Rechte des Urhebers entstehen automatisch mit der Schaffung des Werks. Es bedarf dazu keines Formalakts wie einer Registrierung oder eines so genannten Copyrightvermerks „©“. Voraussetzung für den urheberrechtlichen Schutz solcher Werke ist, dass sie nicht nur rein handwerkliche, routinemäßige Leistungen darstellen, die sich im Rahmen

¹¹⁸ Vgl. Ulbricht, Carsten. RechtzweiNull. url: <http://www.rechtzweinull.de/index.php?/archives/44-Verwendung-von-User-Generated-Content.html> Zugriff: 18.05.10

des Alltäglichen und Üblichen bewegen. Es muss sich vielmehr um eine „eigentümliche geistige Schöpfung“ handeln.“¹¹⁹

Das Nutzungsrecht ist nicht nur von Seiten des Users sondern auch in vielen Fällen von den Betreibern der Internetplattformen einzuholen, da dieses unter die AGB's (allgemeinen Geschäftsbedingungen) dieser Kommunikationsplattform fällt.

120

Die verworrene Rechtslage über die Benutzung von User Generated Content ist jedoch nicht der einzige Grund für die bisher zurückhaltende Einbettung dieser Inhalte in Nachrichtensendungen. An folgenden Beispielen soll veranschaulicht werden, dass nicht nur die Rechtslage fraglich ist, sondern vor allem die journalistische Verifizierung des Materials. Damit ist ein wesentlicher Faktor des Qualitätsstandards sowie der Journalistenethik bei UGC oft nicht gegeben. Gleichzeitig wird jedoch anhand dieser Beispiele dargelegt, weshalb dieses Material journalistisch interessant ist.

5.6.5.3 Beispiel für User Generated Content

Einer der berühmtesten Fälle für UGC in Nachrichtensendungen der Gegenwart ist der Tod der jungen Iranerin Neda, die während eines Protests im Zuge des Wahlausgangs im Iran umkam. Dieser Vorfall soll sich laut einem Youtube-User am Samstag den 21. Juni 2009 um 19:05 Uhr zugetragen haben. Augenscheinlich wurde mit einer Handy-Kamera das Geschehnis aufgezeichnet und anschließend ins Internet gestellt. Zu sehen war eine Frau die am Rande einer Demonstration zu Boden sinkt, übersät mit Blut, welches sich im Verlauf des Videos über Mund und Nase verteilt. Neda wurde zur Ikone der Protestwelle, die – weil sie nicht schweigen wollte – von der Regierung zum Schweigen gebracht wurde.¹²¹

¹¹⁹ Wirtschaftskammer Österreich. url: <http://wko.at/wknoe/rp/mbwerknutzungdetail.pdf>

¹²⁰ Vgl. Ulbricht, Carsten. RechtzweiNull. url: <http://www.rechtzweinull.de/index.php?/archives/44-Verwendung-von-User-Generated-Content.html> Zugriff: 18.05.10

¹²¹ Vgl. URB. taz.de. url: <http://www.taz.de/1/politik/nahost/artikel/1/%5Cneda%5C-wird-zum-protestruf-der-iraner/> Zugriff: 18.05.10

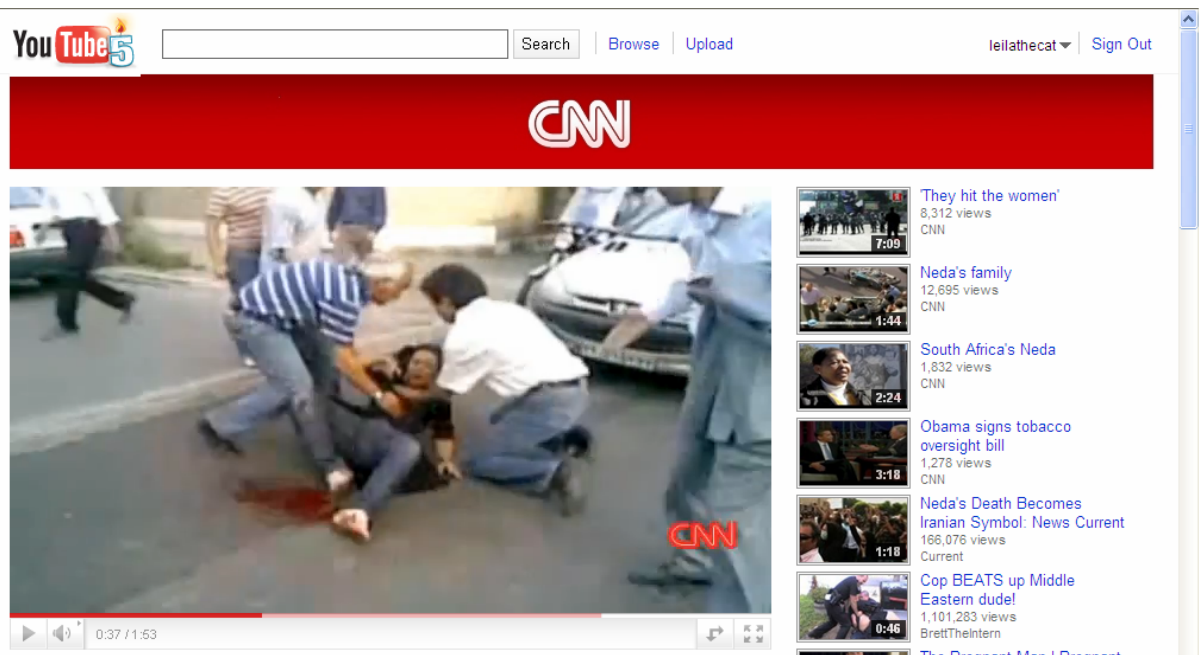


Abbildung 5: UGC-Beispiel: Neda¹²²

Viele Fernsehsender übernahmen dieses Material, welches auf Youtube, Facebook und diversen Blogs gepostet wurde, ohne einen Beweis für die Authentifizierung dieses Videos einzuholen. Fragen wie: „Wurde geschossen? Wer hat geschossen? Wann wurde geschossen? Wie hat sich der Vorfall zugetragen?“, konnten bis zum heutigen Tag nicht geklärt werden, da zu diesem Zeitpunkt sämtliche ausländische Journalisten aus dem Iran ausgewiesen wurden. In diesem Fall musste man den Kommentaren und Berichterstattungen der User und Blogger Vertrauen entgegen bringen.¹²³

Trotz all dieser Bedenken setzte ATV+ bei der Nationalratswahl im Jahr 2008 auf User Generated Content. Die Zuschauer bekamen so die Möglichkeit mittels diverser Kommunikationsplattformen mit den Wahlkandidaten in Interaktion zu treten. Ausgestrahlt wurden die Beiträge in der Sendung „ATV+ Meine Wahl“. Die Teilnehmer stellten via Plattformen wie Facebook, Twitter und YouTube Fragen, welche nach vorgenommener Selektion von ATV+ später im Studio durch die anwesenden Nationalratswahl-Kandidaten beantwortet werden konnten. Das

¹²² Quelle: Youtube-Screenshot: <http://www.youtube.com/watch?v=zg1VCtBANMM> Zugriff: 18.05.10

¹²³ Vgl. URB. taz.de. url: <http://www.taz.de/1/politik/nahost/artikel/1/%5Cneda%5C-wird-zum-protestruf-der-iraner/> Zugriff: 18.05.10

nachfolgende Bild zeigt einen Youtube-Beitrag mit Josef Plecr, der dem ÖVP-Kandidaten eine Frage stellt.



Abbildung 6: UGC-Beispiel: „ATV+ MeineWahl“¹²⁴

ATV+ gewann durch dieses innovative Sendungsformat eine Reichweite von über 400.000 Zusehern und machte den etablierten ORF-Debatten starke Konkurrenz.¹²⁵

Diese Fallbeispiele von User Generated Content in Fernsehsendungen bringen die positiven Eigenschaften der Einbettung dieses Materials hervor. Eine direkte Interaktion mit dem Zuseher, keine Dreh- und Lieferkosten, Aktualität sowie Material aus Krisenländern mit totalitärem Regime oder Kriegsgebieten, welche von Journalisten nicht erreicht werden können.

5.7 Qualität und Fernsehnachrichten

Um auf die Qualitätskriterien der Fernsehnachrichten einzugehen, muss zunächst einmal die Grunddefinition des Qualitätsjournalismus geklärt werden. In diesem

¹²⁴ Quelle: Youtube-Screenshot. url: <http://www.youtube.com/watch?v=bXkNSixUzGc> Zugriff: 18.05.10

¹²⁵ Vgl. ATV, 2009. url: http://ATV+.at/binaries/asset/download_assets/110329/file Zugriff: 18.05.10

Kapitel wird zuerst auf verschiedene Schemata der Qualitätskriterien im Journalismus eingegangen um dies in weiterer Folge auf die Fernsehnachrichten zu spezialisieren. Dies ist wichtig um Vergleiche mit den Qualitätsmustern der Interviewergebnisse zu ziehen.

5.7.1 Qualitätsjournalismus

Die Diskussion um die Verpflichtung zur Qualität im Journalismus hat bereits einen frühen Ursprung. Hauptkriterium dabei war und ist die Ausschließung jeden kommerziellen Interesses aus dem Gedankengut der Akteure.¹²⁶

Detlef Schröter setzt sich mit den praktischen Grundlagen der journalistischen Qualität auseinander. Vier einfache Regeln sollen der Qualitätssicherung in der Praxis dienen.

1. W-Fragen als Qualitätskriterium

Journalisten folgen dem Prinzip der W-Fragen. Was, Wer, Wann, Weshalb und Warum, um die Sachverhalte eines Ereignisses zu prüfen. Bei Kommentaren soll der Journalist sich, nur auf nachweisbare Fakten berufen, auch wenn es um seine subjektive Interpretation handelt.¹²⁷

2. Quellenangaben

Die Angabe der Quellen muss gegeben sein um die Genauigkeit und Transparenz der Nachrichtengebung zu gewährleisten. Die Offenlegung von Quellen muss immer dann vollzogen werden, wenn es sich nicht um Nachrichten, welche aus der eigenen Anschauung des Journalisten entstanden sind, handelt. Ausnahmen bilden bekannte Tatsachen wie beispielsweise das gestrige Wetter. Die Quellenangabe ist für die Rezipienten, welche bei umstrittenen Themen hohe Aufmerksamkeit an sich ziehen, Orientierungsmittel.¹²⁸

¹²⁶ Vgl. Wallisch, Journalistische Qualität, 1995, S. 96

¹²⁷ Vgl. Schröter, Qualität im Journalismus, 1992, S. 44f

¹²⁸ Vgl. Schröter, Qualität im Journalismus, 1992, S. 46ff

3. Hintergrund und Zusammenhang

Diese Regel setzt sich mit der Auswahl und der Bearbeitung der zu vermittelnden Ereignisse, Aussagen, Meinungen und gesellschaftlichen Kontexte durch Journalisten auseinander. Dies dient zur Vorbeugung von Suggestion und Verbreitung von Unterstellungen, welche durch Bequemlichkeit, subjektive Interessen oder anderen Motiven eines Journalisten geschehen können. Möglich ist dies durch das Herausheben von Einzelsachverhalten aus ihrem realitätsbezogenen Kontext und in weiterer Folge durch das falsche Zusammensetzen von Zusammenhängen.¹²⁹

4. Unterscheidung von Nachrichten und Meinungen

Dieses Qualitätskriterium beinhaltet nicht nur die Trennung von Meinungen in Bezug auf ihre inhaltliche Ausführung, sondern auch inhaltliche Formalien wie Überschriften und Schlagzeilen einer Berichterstattung. Die strikte Trennung der subjektiven Meinung von einer Nachricht ist jedoch kaum möglich, so fordert Schröte eine objektive Subjektivität.¹³⁰

Ulrich Saxer und Heinz Kull unterscheiden vier essentielle Hypothesen, die sich mit einer Art von Gewährleistung hinsichtlich publizistischer Qualität auseinandersetzen. Dabei liegt ihr Schwerpunkt in der Ausbildung zum Journalisten und den damit verbundenen Vor- und Nachteilen:

- Der erste Punkt beschäftigt sich mit der Journalistenausbildung. Dies dient quasi zur Vorwegnahme von gewissen Qualitätsstandards, welche in den verschiedenen Journalistenschulen oder bei Schulungen von Medieninstitutionen gelehrt werden. Qualitätsstandards werden somit bereits im Anfangsstadium der Ausbildung eines Journalisten eingeprägt.¹³¹
- Die erlernten Qualitätsstandards entstehen durch dynamische Prozesse und sind Normquellen mit unterschiedlichen Standpunkten. Deshalb ist es einfach

¹²⁹ Vgl. Schröter, Qualität im Journalismus, 1992, S. 50

¹³⁰ Vgl. Schröter, Qualität im Journalismus, 1992, S. 52f

¹³¹ Vgl. Saxer /Kull, Publizistische Qualität und journalistische Ausbildung, 1981, S. 11

diese Standards durch andere Autoritätspersonen, wie beispielsweise dem Herausgeber einer Zeitung, in Frage zu stellen.¹³²

- Die Möglichkeit der Operationalisierung des Entstehungs- und Aussageprozesses ebnet den Pluralismus vordefinierter, publizistischer Qualität und das daraus folgende Dilemma der Auseinandersetzungen journalistischer Produkte, deren Produzenten sich darauf berufen diese „Standards“ angewendet zu haben.¹³³
- Das geschaffene Qualitätsmuster kann für den Autor zum Abhängigkeitsproblem werden, denn dieser verpflichtet sich diesem Schemata zu folgen auch wenn dies seiner Autonomie widerspricht. Das vordefinierte Qualitätsmuster kann aber auch von den Vorstellungen des Publikums abweichen. Die Rezipienten könnten darauf mit einer Trotzhandlung wie dem „nicht-konsumieren“ antworten.¹³⁴

Die widersprüchliche Haltung Saxers und Kulls zu vorstandardisierten Qualitätsstandards kommt in diesen vier Aspekten zum Ausdruck. Sie beschreiben weiters, dass diese Muster der Qualität einen Journalisten nicht einengen oder bei der Arbeit hemmen können.¹³⁵

Die Qualitätskriterien in Fernsehnachrichtensendungen entsprechen den selben Kriterien wie der des Informationsjournalismus. Dennoch wurden im Laufe der Zeit spezielle Kriterien entwickelt, die speziell für die Fernsehnachrichten anwendbar sind. Als Vergleich dazu dient die Theorie des magischen Vielecks der Qualitätssicherung zur Kriteriensammlung für Fernsehnachrichten nach Lutz M. Hagen.

¹³² Vgl. Saxer /Kull, Publizistische Qualität und journalistische Ausbildung, 1981, S. 11

¹³³ Vgl. Saxer /Kull, Publizistische Qualität und journalistische Ausbildung, 1981, S. 11

¹³⁴ Vgl. Saxer /Kull, Publizistische Qualität und journalistische Ausbildung, 1981, S. 12

¹³⁵ Vgl. Saxer /Kull, Publizistische Qualität und journalistische Ausbildung, 1981, S. 12

5.7.2 Das magische Vieleck der Qualitätssicherung

Das magische Vieleck der Qualitätssicherung wurde von Stefan Russ-Mohl entwickelt und fasst die wichtigsten und ideellsten Ziele des Qualitätsjournalismus zusammen. Die Kategorie Aktualität bezieht sich auf die Gegenwartsbezogenheit sowie auf die Wichtigkeit des Recherchegegenstandes. Ein weiteres Kriterium ist nach Russ-Mohl die Originalität, welche sich dem Anreiz für den Rezipienten und der Einzigartigkeit des Beitrags widmet. Die Transparenz widmet sich der Quellenoffenlegung und den Bedingungen, die für das Zustandekommen des Beitrags beigetragen haben. Die Qualitätssicherung kann vor allem ohne das Kriterium Objektivität laut Russ-Mohl ebenfalls nicht gewährleistet werden. Damit bezieht er sich auf die Faktentreue, den verschiedenen Zugang zu Beiträgen, das Ausschließen der subjektiven Meinung, die Ausgewogenheit sowie die Achtung der Nachrichtenwerte. Das letzte Kriterium ist die Komplexitätsreduktion, die durch die Vereinfachung und die Verständlichkeit der Sprache sowie des Kontextes zustande kommt. In der nachfolgenden Abbildung ist das Vieleck grafisch dargestellt.¹³⁶

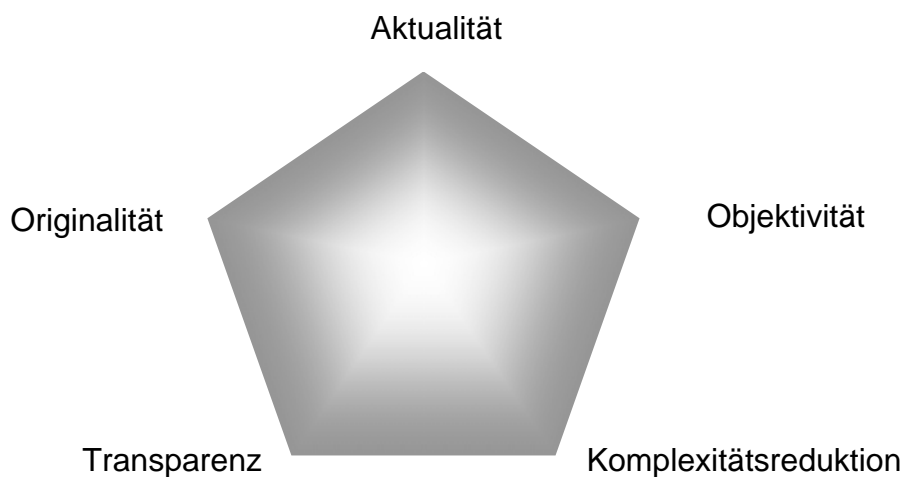


Abbildung 7: Magische Vieleck der Qualitätssicherung¹³⁷

¹³⁶ Vgl. Ruß-Mohl, Am eigenen Schopfe... Qualitätssicherung im Journalismus. In: Publizistik, 1992, S. 85f

¹³⁷ Quelle: Ruß-Mohl, Am eigenen Schopfe... Qualitätssicherung im Journalismus. In: Publizistik, 1992, S. 86

5.7.3 Qualitätskriterien von Fernsehnachrichten

Einen weiteren Versuch der Katalogisierung von Qualität, welcher später von Carsten Reinemann übernommen und verändert wurde, unternahmen Heribert Schatz und Winfried Schulz. Vergleicht man das magische Vieleck der Qualitätssicherung mit den Inhaltsanalytischen und messbaren Indikatoren der Nachrichten nach Schulz, so stellt man fest, dass die Kriterien nicht sehr verschieden sind. Kriterien, welche im Vieleck nicht oder nur am Rande behandelt werden, sind die Professionalität, die Akzeptanz und die Rechtmäßigkeit. Unter dem Begriff Professionalität versteht Schulz die analytische und deskriptive Qualität. Die deskriptive Qualität bezieht sich in diesem Zusammenhang auf die Objektivität der Nachrichtensendung, deren Ziel es ist, die eigenständige Meinungsbildung des Rezipienten zu fördern. Wichtig sind vor allem die Richtigkeit der Meldung, die Vollständigkeit, die Sachlichkeit und die Neutralität empirischer Umsetzungsmöglichkeiten. Die analytische Qualität hängt zum einen mit der Möglichkeit der Überprüfung von Nachrichtenqualität anhand medienexterner Daten über die Realität zusammen sowie zum anderen mit der Erhebung anhand der Berichterstattung anderer Medien, wie zum Beispiel anderer qualitativ hochwertiger Nachrichtensendungen.¹³⁸

Die Relevanz liegt laut Schatz und Schulz im Kontext und nicht in der Nachricht an sich. Seines Erachtens ist der Indikator für diese Bedeutsamkeit die mögliche oder reale Wirkung eines Sachverhaltes auf andere Ereignisse, Situationen oder Handlungen. Erkenntnisinteresse der Relevanz ist es, das Selektionsmuster der Medientreibenden, den Gradmesser für das Ausmaß der Relevanz, zu erfassen.¹³⁹

Marcus Maurer und Carsten Reinemann übernahmen diesen Kriterienkatalog. Wie in der nachfolgenden Abbildung ersichtlich, konzentrierten sie sich jedoch mehr auf die Vielfalt, Relevanz und Professionalität und schlossen die Punkte Akzeptanz und Rechtmäßigkeit völlig aus ihrem Konzept aus. Besonders die Elemente der deskriptiven Qualität spielen in ihrer zusammenfassenden Abbildung

¹³⁸ Vgl. Schulz In: Daschmann, Qualität von Fernsehnachrichten. In: Mediaperspektiven, 5/2009, S.259

¹³⁹ Vgl. Schulz In: Daschmann, Qualität von Fernsehnachrichten. In: Mediaperspektiven, 5/2009, S.259

eine zentrale Rolle. Die Wissenschaftler unterscheiden in der Vermittlerfunktion der Medien zwischen Sachgerechtigkeit und Unparteilichkeit. Die Sachgerechtigkeit bezieht sich auf die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte, während sich die Unparteilichkeit mit den Kontexten der Ausgewogenheit und Neutralität auseinandersetzt.¹⁴⁰

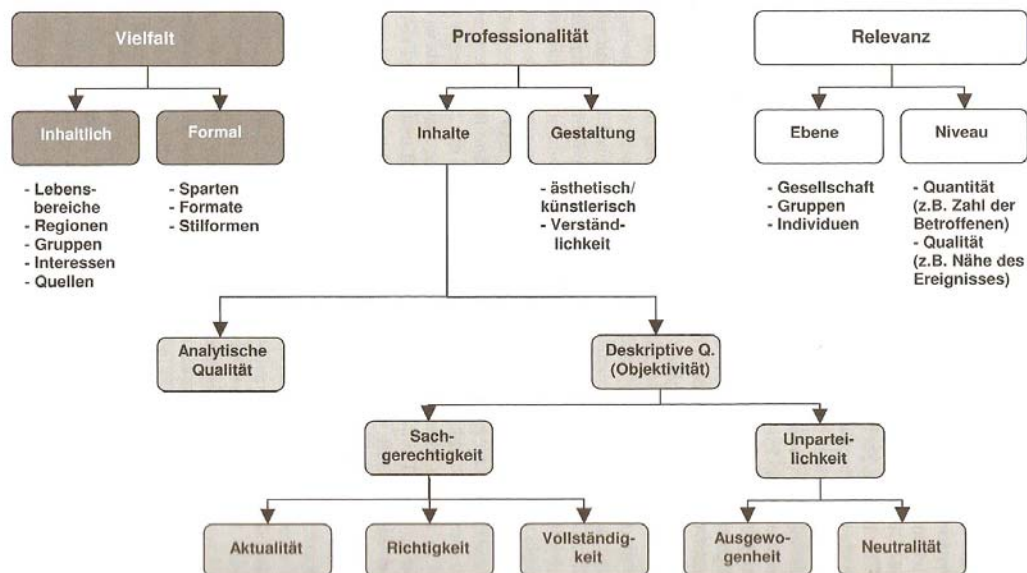


Abbildung 8: Inhaltsanalytisch messbare Dimensionen der Qualität von Medienangeboten¹⁴¹

¹⁴⁰ Vgl. Maurer/Reinemann, Medieninhalten, 2006, S.31

¹⁴¹ Quelle: Maurer/Reinemann, Medieninhalten, 2006, S.32

6 Kritischer Vergleich der gesetzlichen Rahmenbedingungen für österreichische Fernsehnachrichten

Gesetze, die sich speziell mit Fernsehnachrichten auseinander setzen, sind in Österreich nicht vorhanden. Im Allgemeinen regelt das Bundesverfassungsgesetz die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks, was zweckerfüllend den Rundfunk zur "öffentlichen Aufgabe" erklärt. Insbesondere sollen Prinzipien wie die Objektivität, Unparteilichkeit und die Meinungsvielfalt durch das Bundesgesetz gewahrt werden. Diese gesetzlichen Regelungen werden für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk durch das ORF-Gesetz und für den privaten Rundfunk durch das Privatfernsehgesetz geregelt. In diesem Kapitel werden sie herangezogen um diese Gesetze auf ihren Inhalt zu prüfen und zu analysieren. Dies dient der Kenntnis über etwaige Regulierungen, welche ebenfalls Fernsehnachrichten betreffen können.¹⁴²

6.1 ORF-Gesetz (ORF-G)

Vorgänger dieses Gesetzes war das österreichische Rundfunkgesetz, welches 1966 in Kraft trat und durch das ORF-Gesetz im Jahr 2001 ersetzt wurde. Es regelte, ebenso wie das ORF-Gesetz, die Aufgaben und die Einrichtung des Österreichischen Rundfunks. Diese Novelle entstand durch die Umwandlung des ORFs von einer GesmbH in eine Anstalt und letztendlich in eine Stiftung öffentlichen Rechts. Am 18. Juni 2010 wurde im Nationalrat eine aktualisierte Version des ORF-Gesetzes beschlossen. Die geänderte Variante des Gesetzes wurde in dieser Arbeit berücksichtigt, jedoch ist diese nicht aufgelistet worden, da die aktualisierten Passagen nicht zum Analyseschwerpunkt zählen.

Elf Abschnitte beinhaltet das ORF-Gesetz 2001 betreffend der: Einrichtung und Aufgaben des Österreichischen Rundfunks, Programmgrundsätze, Werbung und

¹⁴² Vgl. Bundeskanzleramt Österreich; Rundfunk und Medienrecht in Österreich. url: <http://www.bka.gv.at/site/4075/default.aspx> Zugriff: 15.06.10

Patronatssendungen, inhaltlichen Anforderungen an Teletext und Online-Diensten, Organisation, Stellung der programmgestaltenden Mitarbeiter, rechtlichen Kontrolle, finanziellen Kontrolle, Zuständigkeit der Gerichte und Übergangs- und Schlussbestimmungen.¹⁴³

Relevant für die Analyse der Qualitätskriterien von Fernsehnachrichten und des Umgangs mit Fremdmaterial ist vor allem der erste Abschnitt des ORF-Gesetz zur Einrichtung und zu den Aufgaben des Österreichischen Rundfunks. Paragraph vier regelt den Programmauftrag des Senders, welcher im Privatfernsehgesetz in dieser Form nicht vorhanden ist. Die Absätze vier bis sieben des Paragraphen gehen auf diese Kriterien ein:

„(4) Insbesondere Sendungen in den Bereichen Information, Kultur und Wissenschaft haben sich durch hohe Qualität auszuzeichnen. Der Österreichische Rundfunk hat ferner bei der Herstellung und Sendung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen auf die kulturelle Eigenart, die Geschichte und die politische und kulturelle Eigenständigkeit Österreichs sowie auf den föderalistischen Aufbau der Republik besonders Bedacht zu nehmen.“¹⁴⁴

Hier wird bereits vorweggenommen, dass bei Informationssendungen, wie es eine Nachrichtensendung ist, Qualität eine besondere Rolle spielt. In den nächsten Abschnitten wird ausgeführt, welche Merkmale berücksichtigt werden müssen:

„(5) Der Österreichische Rundfunk hat bei Gestaltung seiner Sendungen weiters für

1. eine objektive Auswahl und Vermittlung von Informationen in Form von Nachrichten und Reportagen einschließlich der Berichterstattung über die Tätigkeit der gesetzgebenden Organe und gegebenenfalls der Übertragung ihrer Verhandlungen;

¹⁴³ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. ORF-Gesetz. url: <http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G#a4> Zugriff: 15.06.10

¹⁴⁴ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. ORF-Gesetz geänderte Version 01.01.2002 url: <http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G> Zugriff: 18.06.10

2. die Wiedergabe und Vermittlung von, für die Allgemeinheit wesentlichen Kommentaren, Standpunkten und kritischen Stellungnahmen unter angemessener Berücksichtigung der Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen;
3. eigene Kommentare, Sachanalysen und Moderationen unter Wahrung des Grundsatzes der Objektivität zu sorgen.“¹⁴⁵

Die „objektive Auswahl und Vermittlung von Information“ ist ein Qualitätskriterium und spricht den Umgang mit Fremdmaterial an. Auch das Trennen von subjektiver Meinung zählt zu einer der journalistischen Qualitäten wie dies bereits im Kapitel Qualität und Fernsehnachrichten besprochen wurde. Dennoch bleibt es den Redaktionen frei diese Kriterien umzusetzen.

„(6) Unabhängigkeit ist nicht nur Recht der journalistischen oder programmgestaltenden Mitarbeiter, sondern auch deren Pflicht. Unabhängigkeit bedeutet Unabhängigkeit von Staats- und Parteieinfluss, aber auch Unabhängigkeit von anderen Medien, seien es elektronische oder Printmedien, oder seien es politische oder wirtschaftliche Lobbys.“¹⁴⁶

Der unausgeprägt formulierte Programmauftrag des ORF wird nur bei Absatz sechs des vierten Paragraphen detaillierter angeführt. Dieser Punkt verbietet unter anderem die Einmischung des Staates und anderer Medien in die journalistische Arbeit. So wird versucht mögliche Manipulationen durch Interessensgruppen zu unterbinden. Der sehr scharf formulierte Absatz über das Recht des Journalisten auf Unabhängigkeit und der damit verbundenen Pflichten hebt sich von den anderen Absätzen ab, dennoch ist, wie bereits in den vorigen Zusammenfassungen der Gesetzestexten erwähnt, die Durchführung dieses Auftrags nicht formuliert.

¹⁴⁵ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. ORF-Gesetz geänderte Version 01.01.2002 url: <http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G> Zugriff: 18.06.10

¹⁴⁶ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. ORF-Gesetz geänderte Version 01.01.2002 url: <http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G> Zugriff: 18.06.10

„(7) Die Mitarbeiter des Österreichischen Rundfunks sind den Zielen des Programmauftrags verpflichtet und haben an dessen Erfüllung aktiv mitzuwirken.“¹⁴⁷

Dies ist der einzige Absatz zur Verrichtung dieses Programmauftrags ohne klar definierte Konsequenzen.

6.2 Privatfernsehgesetz (PrTV-G)

Auch das Privatfernsehgesetz steht vor einer Novelle. Vor dem PrTV-G wurde die Veranstaltung von Hörfunk und Fernsehen in Kabelnetzen sowie über Satellit durch das Kabel-, Satelliten- und Rundfunkgesetz, welches am ersten Juni 1997 in Kraft trat, geregelt. Drahtloses, terrestrisches Fernsehen war bis zum damaligen Zeitpunkt allein dem ORF vorbehalten.

Das Privatfernsehgesetz trat 2001 in Kraft und ist, beginnend mit allgemeinen Punkten wie Anwendungsbereichen und Begriffsbestimmungen, in neun Abschnitte eingeteilt. Abschnitt zwei beschäftigt sich mit dem Niederlassungsprinzip, darauf folgen: Zulassungen und Anzeigeverpflichtungen, Zulassungsvoraussetzungen, Frequenzen und Verbreitungsaufträge, Digitalisierung, inhaltliche Anforderungen an Rundfunkprogramme und Exklusivrechte an Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung. Die Rechtsaufsicht von Privatsendern bildet das abschließende Kapitel des PrTV-G.

Ähnlich wie beim ORF-Gesetz gestalten sich die Programmgrundsätze wie folgt:

„§ 30. (1) Die nach diesem Bundesgesetz verbreiteten Rundfunkprogramme haben den Grundsätzen der Objektivität und Meinungsvielfalt zu entsprechen.

(2) Insbesondere soll in diesen in angemessener Weise das öffentliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben im Verbreitungsgebiet dargestellt und

¹⁴⁷ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. ORF-Gesetz geänderte Version 01.01.2002 url: <http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G> Zugriff: 18.06.10

den dort wesentlichen gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen Gelegenheit zur Darstellung ihrer Meinungen geboten werden.

(3) Abs. 2 gilt nicht für Spartenprogramme und ausschließlich über Satellit verbreitete Programme.

(4) Bei Programmen mit überwiegend lokalem Bezug soll ein angemessener Anteil der Sendungen redaktionell vom Rundfunkveranstalter selbst gestaltet sein.

*(Stammfassung BGBl. I Nr. 84/2001)*¹⁴⁸

Paragraph 30 setzt auch Meinungsvielfalt und Objektivität voraus hält aber Abstand von der Unabhängigkeit des Journalisten, der im ORF-Gesetz hingegen eine hohe Wichtigkeit beigemessen wird. Interessant ist weiters, dass die Regelung der Vorgabe der selbst gestalteten Beiträge bei Programmen mit lokalem Bezug im Privatfernsehgesetz detailliert ausgeführt wird. Inhaltliche Richtlinien in Bezug auf Fernsehnachrichten sind ebenfalls dem Paragraph 33 zu entnehmen.

*„Berichterstattung und Informationssendungen haben den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen. Nachrichten sind vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit und Herkunft zu prüfen.“*¹⁴⁹

So explizit wie in diesem Paragraphen wurde in den untersuchten Gesetzestexten noch nicht auf Nachrichten eingegangen. Auch hier gibt es keine Erläuterung zur Umsetzung bzw. Durchführung der Prüfung von Wahrheit und Herkunft.

6.3 Redakteurstatute im Vergleich

„(3) Das Redakteurstatut hat insbesondere nähere Bestimmungen zu enthalten über

¹⁴⁸ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. Privatfernsehgesetz. url: <http://www.rtr.at/de/rf/PrTV-G>
Zugriff: 21.05.10

¹⁴⁹ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. Privatfernsehgesetz. url: <http://www.rtr.at/de/rf/PrTV-G>
Zugriff: 21.05.10

1. die Sicherstellung der Eigenverantwortlichkeit und der Freiheit der journalistischen Berufsausübung aller journalistischen Mitarbeiter bei der Besorgung der ihnen übertragenen Aufgaben;
2. den Schutz der journalistischen Mitarbeiter gegen jede Verletzung ihrer Rechte;
3. die Mitwirkung an personellen und sachlichen Entscheidungen, welche die journalistischen Mitarbeiter betreffen;
4. die Schaffung einer Schiedsinstanz zur Entscheidung von Streitigkeiten aus dem Redakteurstatut.¹⁵⁰

Die Durchsicht des Redakteursstatuts des ORF ergab keine korrelierenden Unterschiede zur Formulierung des ORF-Gesetz. Im Gegenteil, Paragraph vier Absatz fünf wurde wortwörtlich übernommen. Danach folgen fünf detaillierte Beschreibungen zur inhaltlichen Produktion.

- „1. Verfassung oder Gestaltung von Programmelementen,
2. direkte akustische oder optische Darbietung von Programmelementen, soweit diese das Ergebnis eigener oder gemeinsam mit anderen journalistischen Mitarbeitern zustande gekommener recherchierender oder redaktioneller Tätigkeiten ist,
3. redaktionelle Zusammenstellung einzelner Programmelemente zu Gesamtsendungen,
4. Ermittlung, Sammlung und Sichtung von Informationen, die als Vormaterial zur Verwendung bei der inhaltlichen Produktion bestimmt sind,
5. koordinierende und leitende Tätigkeit in den vorerwähnten Tätigkeitsbereichen.“¹⁵¹

Besonders der vierte Punkt ist für diese Arbeit wichtig, denn zum ersten Mal wird das Fremdmaterial, hier als „Vormaterial“ bezeichnet, erwähnt. Das

¹⁵⁰ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. ORF-Gesetz geänderte Version 01.01.2002 url: <http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G> Zugriff: 18.06.10

¹⁵¹ Unterberger, Klaus. ORF-Public Value Kompetenzzentrum. ORF-Redakteursstatut url: http://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=77&pvi_id=346 Zugriff: 13.05.10

Redakteursstatut schreibt in vielen Punkten die vom ORF-Gesetz vorgeschriebene Eigenverantwortlichkeit und Unabhängigkeit der Journalisten fest, dennoch sind Sanktionen bei Statutverletzungen nicht vorgegeben. Diese gilt es in den Experteninterviews zu erforschen.

Bei der Durchsicht des Redakteursstatuts von ATV+ wird näher auf die Verbindlichkeiten einer Informationssendung eingegangen. ATV+ verpflichtet sich zur Unabhängigkeit und frei von direktem und indirektem Einfluss politischer Parteien und Interessensgruppen zu sein. Bezugnehmend auf Informationssendungen wie „ATV Aktuell“, schreiben die Redakteursstatute eine objektive Programmgestaltung und eine korrekte Berichterstattung vor.¹⁵²

Puls 4 hat weis eigenes Redakteursstatut auf, da die Sicherung journalistischer Unabhängigkeit durch die Leitlinien der ProSiebenSat 1 Group geregelt werden. Diese lehnen sich jedoch an das Deutsche Recht an und sind in Österreich nicht bindend.¹⁵³

6.4 Fernsehrichtlinien der EU

Die Vorschriften der EU sind für alle Mitgliedsländer wie Österreich bindend. Die Fernseh-Richtlinie oder das Richtlinienpaket zur elektronischen Kommunikation sind die bekannten Guidelines, jedoch existiert für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk darüber hinaus eine weitere spezielle europäische Rechtsakte: Das Protokoll zum Vertrag von Amsterdam über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in den Mitgliedstaaten und die Mitteilung der Europäischen Kommission vom 17. Oktober 2001 über die Anwendung der Vorschriften über staatliche Beihilfen auf die Finanzierung dieser Rundfunkanstalten.

Am 3. Oktober 1989 erlässt die EU Fernsehrichtlinien zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit. Diese stellen sich als vage formuliert und nicht ins Detail gehend heraus. Im Fokus stehen hier, das Recht auf Information und der

¹⁵² Vgl. Anhang: 10.3.1 Redakteursstatut ATV

¹⁵³ ProSiebenSat.1 AG. Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit der ProSiebenSat.1 Group url: <http://www.prosiebensat1.com/unternehmen/verantwortung/2/index.php> Zugriff: 18.06.10

Schutz von Minderjährigen und Minderheiten erwähnt. Bis auf eine Vorgabe bezüglich der Anteile von europäischen Sendungen, gibt es wenige Vorschriften und keine, die Fernsehnachrichten betreffen. Nur am Rande werden im Artikel 17/3 Richtlinien, die mit TV-Nachrichten verbunden werden können, erwähnt.

„3) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden.“¹⁵⁴

Auch im Artikel 19 der Fernsehrechtslinien wird nur am Rande auf Informationssendungen eingegangen:

„Die Mitgliedstaaten können vorsehen, daß die Sendezeit und die Modalitäten der Fernsehübertragung der ihrer Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstalter strenger festgelegt werden als in Artikel 18 vorgesehen, um die Nachfrage nach Fernsehwerbung mit den Interessen der Allgemeinheit in Einklang zu bringen, wobei insbesondere folgendes zu berücksichtigen ist:

a) die Funktion des Fernsehens als Träger von Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung;

b) die Wahrung der Informations- und Medienvielfalt.“¹⁵⁵

Die europäischen Richtlinien bieten eine weitaus schmalere Auswahl an Regulierungsmaßnahmen für Nachrichtensendungen als die bereits erwähnten österreichischen Richtlinien. Auf den Umgang mit Fremdmaterial wird im EU-Fernsehgesetz nicht eingegangen.

¹⁵⁴ Rechtsvorschriften der Europäischen Union. EUR- Lex. EU-Fernsehrechtslinien url: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:DE:HTML> Zugriff: 20.06.10

¹⁵⁵ Rechtsvorschriften der Europäischen Union. EUR- Lex. EU-Fernsehrechtslinien url: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:DE:HTML> Zugriff: 20.06.10

7 Analyse des Umgangs mit Fremdmaterial in der österreichischen TV-Nachrichtenredaktionen

7.1 Untersuchungsmethode

Die Befragung:

„Befragung bedeutet Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Personen. Durch verbale Stimuli (Fragen) werden verbale Reaktionen (Antworten) hervorgerufen: Dies geschieht in bestimmten Situationen und wird geprägt durch gegenseitige Erwartungen. Die Antworten beziehen sich auf erlebte und erinnerte soziale Ereignisse, stellen Meinungen und Bewertungen dar.“¹⁵⁶

Die Befragung zielt nicht darauf ab, das soziale Verhalten insgesamt, sondern lediglich das verbale Verhalten zu erfassen. Dabei können Befragungsergebnisse oft durch Fehldeutung und durch verkürzte oder unkritische Wiedergaben unterschätzt und in weiterer Folge missinterpretiert werden. Ein weiteres Problem der Befragung ist, dass es in nicht seltenen Fällen bei der Durchführung an grundsätzlichen Dingen wie dem Interviewpartner, scheitert. Dennoch bleibt der Ursprung dieser Forschungsmethode – die Problemlösung – das Antriebsrad der Untersuchung. Peter Atteslander meint, dass der Akt der Befragung, ob nun bewusst oder unbewusst, einzig und alleine der individuellen Problemlösung dient.¹⁵⁷

Er definiert die alltägliche Befragung als:¹⁵⁸

- einen sozialen Vorgang zwischen zwei oder mehr Personen,
- der auch systematisch durchgeführt werden kann,
- mit einer zielgerichteten Informationssammlung,
- und in einer bestimmten Situation stattfindet.

¹⁵⁶ Atteslander, Methoden der empirischen Sozialforschung, 2000, S.114

¹⁵⁷ Vgl. Atteslander, Methoden der empirischen Sozialforschung, 2000, S. 114ff

¹⁵⁸ Vgl. Atteslander, Methoden der empirischen Sozialforschung, 2000, S. 116

Der Unterschied zwischen der wissenschaftlichen Befragung und der alltäglichen Befragung ist die theoriegeleitete Kontrolle. Die wissenschaftliche Befragung beinhaltet drei Kriterien. Sie muss systematisch und zielgerichtet sein und auf einer Theorie basieren.¹⁵⁹

Interviews können sich durch eine mäßigen bis starke Strukturierung kennzeichnen. Die drei Hauptgruppen sind:¹⁶⁰

- wenig strukturierte Interviews

Kennzeichen: Die Last der Kontrolle wird dem Interviewer aufgebürgt, hoher Spielraum bei der Anordnung der Formulierung, Flexibilität bei den Fragen, die auch noch im Interview angepasst werden können.

Verwendung: Bei Experteninterviews, Gruppendiskussionen und informellen Gesprächen.

- teilweise strukturierte Interviews

Kennzeichen: Gespräche finden mittels vorformulierter Fragen statt, die Abfolge der Fragen ist offen. Auch bei dieser Art des Interviews können die Fragen an die Antworten des Befragten angepasst werden, dies geschieht meistens mit einem Gesprächsleitfaden.

Verwendung: Leitfadengespräch, Intensivinterview, Gruppenbefragung und Expertenbefragung.

- stark strukturierte Interviews

Kennzeichen: Exakte und sorgfältige Durchführung durch Fragebogen. Fehler lassen sich in der Erhebungsphase kaum korrigieren, aber lassen sich durch einen Testdurchgang minimieren.

Verwendung: Einzelinterviews, telefonische Befragungen, Gruppeninterviews und Panelbefragungen.

Das Untersuchungsinstrument für die vorliegende Arbeit ist das wenig- bis teilstrukturierte Interview. Um den internen Umgang mit Fremdmaterial in den

¹⁵⁹ Vgl. Atteslander, Methoden der empirischen Sozialforschung, 2000, S. 114ff

¹⁶⁰ Vgl. Atteslander, Methoden der empirischen Sozialforschung, 2000, S. 139ff

österreichischen tagesaktuellen Fernsehnachrichtenredaktionen zu erfahren, scheint ein Experteninterview mittels vorgefertigtem Interviewleitfaden am sinnvollsten. Der Interviewleitfaden soll hierbei jedoch keine tragende Rolle spielen, sondern das Gespräch in die richtige Richtung lenken um flexibel aber doch vorbereitet in die Interviews zu starten.

7.2 Forschungsablauf

Die befragten Experten setzen sich aus den Nachrichtenchefs oder den zuständigen Personen für das Fremdmaterial aller österreichischen TV-Stationen zusammen (sowohl öffentlich-rechtlich als auch privat), welche auch Nachrichtensendungen produzieren. In Österreich handelt es sich somit um den ORF, ATV+, und Puls4. Da der ORF zwei Sender hat, wurden auch zwei Personen plus zusätzlich einer Person, die für das Monitoring zuständig ist, befragt. Bei ATV+ und Puls 4 wurden jeweils die Nachrichtenchefs befragt. Bis auf das Interview mit dem Nachrichtenchef von Puls 4 fanden alle Interviews persönlich in den jeweiligen TV-Stationen statt. Jürgen Peindl schickte seine Antworten per E-Mail.

7.3 Interpretation und Zusammenfassung der Experteninterviews

Die geführten Experteninterviews hatten den selben Tenor. Alle fünf Interviewpartner bestätigten, dass herkömmliche Wort- und Bildagenturen wie beispielsweise die APA oder Reuters, bei der Auswahl von Fremdmaterial bevorzugt werden. Eine Überprüfung der Quellen von diesen Agenturen hielten sie nicht für notwendig, da Meldungen und Bilder bereits geprüft wurden, bevor sie ausgesandt wurden. Beim Umgang mit User Generated Content (UGC) gingen die Meinungen auseinander. Wie bereits erwähnt fanden fünf Interviews statt. Die Interviewpartner waren:

- Mag. Waltraud Langer, Infochefin von ORF1 und stellvertretende Chefredakteurin

- Gudrun Gutt, Journalistin des International Desks/Monitoring des ORF
- Mag. Stefan Ströbitzer, Infochef von ORF2 und Reformbeauftragter der „ZIB“
- Alexander Millecker, Nachrichtenchef von „ATV-Aktuell“
- Jürgen Peindl, Chefredakteur und Moderator der ProSieben Austria News

Alle Interviewpartner geben bei der Frage nach den Quellen für Fremdmaterial die klassischen Wort-, Bild-, und Filmagenturen, aber auch Fernsehstationen an. Diesen wird von allen Befragten mehr Vertrauen entgegen gebracht als der Verwendung des Materials von Internetplattformen wie beispielsweise YouTube oder Twitter. Die befragten Experten des ORF bevorzugen bei Bildmaterial, sofern sie kein eigenes Material haben, die European Broadcast Union (EBU), Associated Press Television News (APTN), Reuters und CNN. ProSieben Austria News greift laut ihrem Chefredakteur bei Fremdmaterial auf APTN, Reuters, APA und diverse internationale Agenturen zurück. Außerdem rekurren sie darüber hinaus das Material des Schwestersenders N24 zurück. ATV+ greift bei Bildmaterial laut Nachrichtenchef Millecker auf APTN und Europe by Satellit (EBS) und RTL zurück. Die Auswahl der zu verwendeten Agenturen hängt laut Millecker unter anderem auch mit der geografischen Lage des Ereignisses zusammen und nennt als fiktives Beispiel einen Tornado in Amerika. In diesem konkreten Fall würde er sich bei lokalen Nachrichtenstationen und Behörden erkundigen und nicht nur bei der APA.

Die interviewten Experten geben weiters an, dass es bei der Nutzung von Agenturmaterial keiner weiteren Prüfung ihrerseits bedarf, da sich die Agenturen bereits einer vertraglich geregelten Kontrolle unterziehen müssen. Besonders der EBU entgegen die Befragten des ORF mit hohem Vertrauen, da diese ihre Materialien von öffentlich-rechtlichen Sendern beziehen und dies laut der Argumentation der Interviewten bereits als Qualitätskriterium zählt. Als Grund für die Abgabe der Kontrolle gibt die Zuständige für das Monitoring beim ORF an, dass durch den Materialüberfluss ein Zeitmangel besteht und dass es im Interesse der international agierenden Agenturen wie Reuters und AP liegt, ihr Material sorgfältig zu prüfen. Dennoch gibt es auf den Metadaten und den Skripts des Agenturmaterials die Möglichkeit zur Gegenprüfung der Information. Die befragten Mitarbeiter geben weiters an, bei Wortmeldungen erst einmal abzuwarten und

nicht sofort auf Sendung zu gehen bis mehrere Meldungen die betreffende Information bestätigen. Der Nachrichtenchef des ATV+ sieht das ganz ähnlich und nennt sogar ein Beispiel einer fehlerhaften Eilmeldung über den Tod von Jassir Arafat, welche sich im Nachhinein als, zu diesem Zeitpunkt falsch, herausstellte. Als Fazit zieht er daraus, dass das Abwarten auf eine Bestätigung in manchen Fällen gut ist. Als zu einem späteren Zeitpunkt wieder auf das Thema der fehlenden Überprüfung von Agenturmeldungen eingegangen wird meinen sowohl die Interviewten vom ORF als auch von ATV+, dass auch dieses Material kontrolliert wird. Sie kommentieren dies als Pflicht da ansonsten der gute Ruf des Senders auf den Spiel stehe.

Viele Faktoren sind entscheidend für die Auswahl des Fremdmaterials. Der Chefredakteur der ProSieben Austria News nennt Qualität, Aktualität und Bildstärke als Kriterien und in der Tat pflichtet der Nachrichtenchef von ATV+ dem Kriterium der Bildstärke bei und geht soweit, dass wenn zu einer Meldung nicht ausreichend befriedigendes Bildmaterial zur Verfügung steht, die Nachricht nicht auf Sendung geht. Auch der ORF sieht dies ähnlich, denn das Bild soll laut Gutt die Nachrichtenlage auch verdeutlichen.

Durch die Nachfrage nach User Generated Content oder bei der Nennung des Stichwortes „YouTube“, kam heraus welche Vorbehalte in den verschiedenen Nachrichtenredaktionen vorherrschen. Allgemein geben alle drei Befragten des ORF an, nur in seltenen Fällen UGC-Material zu verwenden. Wenn sie jedoch benutzt werden, müssen diese Bilder und Videos speziell erkennbar gemacht werden, sodass es möglich ist, sie von den selbst gedrehten oder von Agenturen angekauften Materialien zu unterscheiden. Dennoch setzt der ORF in Kürze UGC ganz offiziell als Materialpool für die Berichterstattung ein. Möglich gemacht werden soll dies durch <http://insider.orf.at> – ein Projekt des ORF – welches ermöglicht Videos auf die Plattform hochzuladen. Die Partizipation an diesem Projekt ist jedoch nur mittels Registrierung auf der Webseite möglich. Aus der Argumentation von Langer lässt sich schließen, dass die Registrierung eine Art Schutzmechanismus sein soll um gefälschte Videos zurückzuverfolgen.

ATV+ übernahm bei der Benutzung von UGC-Material eine Vorreiterrolle in Österreich und band diese bereits in der vergangenen Nationalratswahl ein. Der Nachrichtenchef meint weiters, dass ATV+ mehr wagt als öffentlich-rechtliche Sender und weitere Medien. Als Beispiel nennt er die Vorfälle im Iran. Als es nach der Wahl des Präsidenten zu Unruhen kam und verschiedene regierungskritische Blogs Videos von den Protesten hochluden, verhielten sich die APA und „die anderen öffentlich-rechtlichen“ Sender eher zurückhaltend während ATV+ diese Videos ausstrahlte. Millecker misst genau an Beispielen wie den Protesten und Unruhen im Iran die Wichtigkeit von UGC. Denn hätte man seiner Meinung nach abgewartet bis die APA und weitere Nachrichtenagenturen das Material verifizierten, hätte das Regime ungehindert, ohne den Aufschrei des politischen Auslandes, ihr Werk vollziehen können.

Obwohl grundsätzlich das Material, welches auf YouTube und dergleichen hochgeladen wird, von den befragten Experten des ORF als nicht vertrauenswürdig eingestuft wird, ist es dennoch ein unverzichtbares und mittlerweile beliebtes Mittel, aus Krisenregionen zu berichten. Auch sie räumen ein, dass eine Überprüfung der Quellen und des Materials in diesen Fällen sehr schwierig sein kann, jedoch oft das einzige Mittel ist um einen Eindruck der Situation vor Ort zu bekommen. Vor, während oder nach der Sendung muss deshalb, laut Langer und Gutt auf den Ursprung der Quelle bzw. auf die Unsicherheit über den Inhalt hingewiesen werden. Dennoch meint Gutt, dass das ausgestrahlte Material überprüfbar sein muss und widerspricht somit der Ausführung von Langer, die auch in zweifelhaften Fällen und wenn es die Situation erfordert, mit diesem Material arbeitet.

Weitere Quellen, die von den Befragten aus dem ORF gemieden werden, sind Interessensgruppen aus Politik und PR. Gutt führt weiter aus, dass journalistisch nicht einwandfreies Material nicht auf Sendung geht, jedoch wenn es sich um strittiges Material handelt und die Journalisten dafür einstehen können, spricht nichts dagegen. Damit schließt sie grundsätzlich nicht aus, dass das Material der vorher erwähnten Interessensgruppen nicht doch für die Nachrichtensendung des ORF geeignet ist. Der Chefredakteur von ProSieben Austria News meidet Material von Privatpersonen und aktivistischen Vereinen, antwortet jedoch auf die Frage

nach Material, das nicht in die Sendung genommen wird mit „gibt es nicht“. Daraus lässt sich schließen, dass auch in dieser Sendung kein Material aufgrund seiner Herkunft selektiert wird, sondern aufgrund der von ihm genannten Faktoren. Die Position von ATV+ zu gemiedenem Material in der Berichterstattung ist, dass „gewisse Zeitungen“, laut der Anspielung von Millecker meist nur zur Hälfte der Wahrheit entsprechen. Weiters empfiehlt er Abstand von Material zu nehmen, das von staatlichen Fernsehanstalten totalitärer Regime ausgesandt wird.

Wenn es zur Fehlinformation durch eine bereits ausgestrahlte Berichterstattung gekommen ist, dann geben alle Befragten an, interne und externe Konsequenzen daraus zu ziehen. Mittels Redaktionskonferenzen soll auf den Ursprung des Fehlers aufmerksam gemacht werden um ihn das nächste Mal zu vermeiden. Weiters wird mittels eines Kommentars des Nachrichtenmoderators in der Sendung auch für die Zuseher auf den Fehler verwiesen. Der ORF sieht dies als Qualitätskriterium. ATV+ wiederum meint dazu, dass so ein Kommentar nur gerechtfertigt ist, wenn es sich um einen großen journalistischen Fauxpas handelt. Beispielsweise wenn die Todeszahl von Erdbebenopfern in der Nachrichtensendung mit 425 anstatt 415 beziffert wird. Daraus lässt sich schließen, dass bei ATV+ die Relation vom Fehler zum Aufwand um diesen zu korrigieren, stimmen muss.

Gutt geht näher auf die Kriterien, die den Umgang mit Fremdmaterial regeln, ein. Diese sind meistens durch Verträge klar vordefiniert. Diese Agenturen und Fernsehanstalten bieten ihr Material gegen Entgelt an, nur die EBU handelt mit Material. Weiters sind damit Regeln verbunden, die in den Verträgen aufliegen. Gutt nennt als Beispiel für Klauseln die in diesen Verträgen geregelt sind, Archiv- sowie Onlinerechte ebenso wie Restriktionen, die über die Häufigkeit der Ausstrahlung oder die Dauer entscheiden.

Der Frage nach dem Bedarf einer gesetzlichen Regelung des Umgangs mit Fremdmaterial, entgegnen alle Befragten mit der journalistischen Freiheit. Laut Langer unterliegt der Umgang mit Fremdmaterial der journalistischen Sorgfaltspflicht und bedarf keiner weiteren gesetzlichen Regelung. Die

Interviewten geben an, dass gesetzliche Richtlinien das journalistische Arbeiten hemmen würden und dies gegen den journalistischen Ethos gehen würde

7.4 Beantwortung der Forschungsfragen und Annahmen

In diesem Kapitel werden sowohl die Ergebnisse der Theorie als auch jene der empirischen Forschung herangezogen um die bereits zu Beginn der Arbeit vorgestellten Forschungsfragen und Annahmen zu beantworten.

F1: Welche Bestimmungen gelten für Nachrichtenjournalisten der tagesaktuellen Berichterstattung im Umgang mit Fremdmaterial?

Die Mesoebene der Regulierung für Nachrichtenjournalisten und deren Umgang mit Fremdmaterial bildet sich durch Gesetze wie das ORF-Gesetz, das Privatfernsehgesetz und die EU-Fernsehrichtlinien. Diese wirken eher als Empfehlung des Staates bzw. der EU in die Gestaltung des Nachrichtenprogramms mit den besagten Materialien ein, denn als bindende Verpflichtung. Die Macroebene beinhaltet Redakteursstatute bzw. redaktionsinterne Richtlinien. Die Redakteursstatute sind detaillierter ausformuliert als die genannten Gesetze und vermitteln die Pflichten, welche der Sender sich selbst aber auch gegenüber den Rezipienten auferlegt hat. Die Microebene beschreibt den Umgang mit Fremdmaterial durch individuelle medienethische Moralvorstellungen von Journalisten, die bereits teilweise durch das Redakteursstatut vorformuliert wurden.

A1: Es gibt gesetzliche sowie redaktionelle Bestimmungen, die den Umgang mit Fremdmaterial regeln.

Diese Annahme lässt sich nur zum Teil bestätigen. Es gibt gesetzliche und redaktionelle Bestimmungen, die allgemein formuliert, nur oberflächlich in den Umgang mit Fremdmaterial einwirken.

Das ORF-Gesetz sieht die Einhaltung und Berücksichtigung einer bestimmten Qualität bzw. eines Qualitätsstandards von Informationssendungen vor. Im Gesetzestext wird besonders auf die Wahrung der Unabhängigkeit und die Objektivität der Journalisten hingewiesen. Im Privatfernsehgesetz wird näher auf Nachrichtensendungen eingegangen und zur Wahrung journalistischer Grundsätze wie die Verpflichtung zur Wahrheit gemahnt. Nachrichten sollen demnach mit entsprechender Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt und ihre Herkunft geprüft werden. Die EU-Fernsehrichtlinien sind noch unspezifischer formuliert als die bereits angeführten Gesetze. Darin wird nur auf die Funktion des Fernsehens, die Wahrung der Informations- und Medienvielfalt, eingegangen.

Problematisch an der gesetzlichen Regelung wie dem ORF-Gesetz, dem Privatfernsehgesetz oder den EU-Fernsehrichtlinien ist, dass diese nur eine Vorlage für den „richtigen“ Umgang mit Quellen bieten. Die Durchführung bleibt offen. Deshalb sieht sowohl das ORF-Gesetz als auch das Privatfernsehgesetz Redakteursstatute vor. Diese sollen einzelne Elemente der Programmgestaltung ausformulieren. Die Sender ORF und ATV+ besitzen solche Statuten. Puls 4 orientiert sich an den „Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit der ProSiebenSat.1 Group“. Diese beziehen sich nur auf die Bundesrepublik Deutschland und sind für diese Untersuchung wenig relevant, ganz im Gegenteil zu den Verträgen der Wort-, Bild- und Filmnachrichtenagenturen. Agenturverträge sind bis ins Detail geregelt. Von der Verwendung von Ton-, Bild-, und Filmmaterial bis über Archiv- und Onlinerechte wird alles genau festgelegt.

Die befragten Experten sehen in der fehlenden Präzision der Gesetzestexte weniger ein Problem. Sie sind mit den gesetzlichen Regelungen zufrieden, denn auf die Frage nach dem Wunsch einer gesetzlichen Regulierung zum Umgang mit Fremdmaterial wurde dies von allen Interviewten verneint und teilweise sogar als arbeitshemmend empfunden.

A2: Der Umgang mit Fremdmaterial unterliegt der Journalistenethik und ist nicht konkret ausformuliert.

Diese Annahme fordert eine komplexe Betrachtung, denn weder im ORF-Gesetz noch im Privatfernsehgesetz wird der Umgang mit Fremdmaterial speziell vordefiniert. Auch in den Redakteursstatute fehlen solche Vorgaben. Dennoch gibt es Verträge zwischen den Quellen und den Journalisten. Darin werden grundsätzliche Dinge wie: „Welche Vorgaben für die Verwendung des Materials gibt es? Wie oft darf das Material verwendet werden?“ geklärt.

Auch User Generated Content ist mit gesetzlichen Pflichten verbunden wie beispielsweise dem Schutz von privatem und persönlichem Eigentum oder dem Urheberrecht. Dennoch hat die Medienethik einen entsprechend höheren Stellenwert. Die Moraleinstellungen der Journalisten entscheiden letztlich, ob das Material ausgestrahlt werden soll oder nicht. Die Befragung ergab, dass sich Journalisten aus Sorge um den Ruf des eigenen Senders verpflichtet fühlen, Fremdmaterial zu prüfen. Die befragten Experten bestätigten auch, dass es im Ermessen eines Journalisten liegt, das Fremdmaterial mit Sorgfalt zu prüfen. Wenn es zu einer Falschdarstellung kommt, entspricht es dem Grundsatz des ORF, dies in der nächsten „Zeit im Bild“-Sendung sozusagen „öffentlich“ zu korrigieren. Der Nachrichtenchef von ATV+ empfindet dies nur als wichtig, wenn es sich um einen gravierenden Fehler handelt. Intern werden Fehler in Redaktionssitzungen besprochen.

F2: Welche Kriterien muss Fremdmaterial aufweisen um Bestandteil der tagesaktuellen Berichterstattung einer österreichischen Nachrichtensendung zu werden?

Grundsätzlich – und dabei sind sich alle Befragten einig – wird Fremdmaterial, welches aus Agenturen stammt, bevorzugt. Die Seriosität des Anbieters sowie die Überprüfbarkeit von Quellen sind Faktoren, welche Journalisten bei der Auswahl von Fremdmaterial beeinflussen. Material von Interessensgruppen wie

beispielsweise aus Politik und Wirtschaft wird versucht zu meiden. Dennoch wird kein Material kategorisch abgelehnt. Das angebotene Material an sich muss ebenfalls bestimmte Attribute aufweisen um Bestandteil einer Nachrichtensendung zu werden.

A3: Die Auswahl des Fremdmaterials richtet sich nach bestimmten Attributen wie nach jenen der Nachrichtenfaktoren.

Diese Annahme kann bestätigt werden. Alle Befragten der drei untersuchten Sender nennen Kriterien wie Qualität, Aktualität und Bildstärke als ausschlaggebende Attribute für die Auswahl und Verwendung von Fremdmaterial.

Nachrichtenfaktoren wie Aktualität und Bildstärke spielen laut den Experteninterviews eine besonders große Rolle bei der Auswahl des Fremdmaterials. Teilweise werden Nachrichten nicht gesendet, wenn es kein angemessenes Bildmaterial gibt. Die Theorie der Medienbilder belegt welchen hohen Stellenwert ein Bild in der Nachrichtenberichterstattung einnimmt und wie durch eine Veränderung des Kontextes oder durch Bildverzerrungen eine Manipulationsgefahr besteht. Dennoch ist die Bildstärke laut den Befragten das stärkste Attribut der Materialauswahl in Nachrichtensendungen.

Die Qualität des Fremdmaterials ist ebenfalls ein wesentliches Attribut für die Nachrichtenauswahl, welche durch Quellentransparenz und Quellenvielfalt gewährleistet werden kann.

A4: Die Auswahl richtet sich nach Vertrauenswürdigkeit bzw. Seriosität der Anbieter des Fremdmaterials.

Auch diese Annahme kann bestätigt werden. Die vertrauenswürdigsten Anbieter von Fremdmaterial sind, laut den Befragten, Nachrichtenagenturen. Durch Verträge mit den Agenturen wird ein Teil der Verantwortung über die Qualität des Materials von ihnen übernommen. Im

Falle eines Zweifels – so geben es die Interviewten an – könne man durch bestimmte Vorrichtungen der Agenturen, wie beispielsweise Skripts, alles nachprüfen.

Grundsätzlich wenig vertrauenswürdig sind PR-Materialien bzw. Materialien von Interessensgruppen aus Politik und Wirtschaft. Auch lokale Boulevard-Zeitschriften werden auf Grund ihrer tendenziellen Undurchsichtigkeit gemieden.

F3: Wie wird Fremdmaterial auf seine Richtigkeit geprüft?

Grundsätzlich wird Agenturmaterial nicht überprüft, da sich Agenturen wie bereits beschrieben durch ihre Verträge dazu verpflichten, das zur Verfügung gestellte Material vorab zu prüfen. Zeitmangel bei der Recherche ist laut den befragten Experten der Grund dafür, dass das Material nicht zusätzlich von Seiten des Senders überprüft wird. Dennoch behalten sie sich das Recht vor, in Zweifelsfällen nachzurecherchieren, nachzufragen und gegebenenfalls zu reklamieren bzw. das Fremdmaterial zu verwerfen. Das Material von anderen Anbietern wird durch gewisse Maßnahmen der Journalisten begutachtet, wie beispielsweise durch Vergleichen mit anderen Quellen, Nachrecherche zum Ereignis oder Überprüfung des Materialanbieters.

A5: In der Regel wird Fremdmaterial von vertrauenswürdigen Anbietern ohne weitere Prüfung übernommen.

Diese Annahme kann bestätigt werden. Die befragten Experten stimmten überein, dass Material, welches von Bild-, Wort- und Filmagenturen stammt, nicht überprüft wird. Dennoch kontrollieren der ORF und ATV+ im Zweifelsfall nach. Weitere Sicherheitsmaßnahmen bei Agenturenmeldungen sind der Vergleich mit anderen Quellen und die Prüfung der Sachverhalte eines Ereignisses durch die W-Fragen.

A6: Jedes Material, welches nicht selbst produziert wird, wird unter Berücksichtigung bestimmter Kriterien geprüft.

Durch die Auswertung der Experteninterviews kann diese Annahme bestätigt werden. Fremdmaterial wird laut den Befragten, soweit die Umstände dies erlauben, auf Richtigkeit und Verlässlichkeit geprüft. Sowohl aus der Theorie des Qualitätsjournalismus, als auch aus den Antworten der Experten ist zu entnehmen, dass man die W-Fragen für die Überprüfung des Materials heranzieht. Nachrichtenagenturen bieten deshalb Skripts und Metadaten an, welche die Nachrecherche erleichtern. Nur in Ausnahmefällen wird ungeprüftes Material in den Nachrichtensendungen ausgestrahlt, wie beispielsweise bei Material aus Ländern mit totalitärem Regime, in welchen das Recht auf freie Meinungsäußerung eingeschränkt ist. Auch in bestimmten Krisenregionen ist die Nachrecherche laut den Befragten nur schwer möglich. In diesen Fällen entscheiden sich die interviewten Journalisten für die Veröffentlichung des „unverifizierten“ Materials zu Gunsten der Aufklärung von Missständen.

8 Resümee und Ausblick

Massenmedien leisten eine Vielzahl von sozialen, wirtschaftlichen, informativen und politischen Funktionen. Die Informationsfunktion wird in dieser Arbeit besonders hervorgehoben, da Informationssendungen – wie es eine Fernsehnachrichtensendung ist – diesen Zweck erfüllen. Aus diesem Grund ist es umso wichtiger, dass Nachrichtensendungen bestimmte Qualitätskriterien umsetzen. Das Erkenntnisinteresse der Arbeit setzt an dieser Stelle an und betrachtet den Umgang mit Fremdmaterial in der österreichischen, tagesaktuellen Fernsehberichterstattung. Durch Vergleiche der rechtlichen Rahmenbedingungen und anhand von Experteninterviews der Sender ORF, ATV+ und Puls 4 wurde der Umgang mit Fremdmaterial genauer untersucht.

Die „Zeit im Bild“ war Österreichs erste tagesaktuelle Nachrichtensendung in Wort und Bild. Von 1957 bis kurz nach der Jahrtausendwende gab es keine weitere TV-Nachrichtensendung, die bundesweit ausgestrahlt wurde. Erst mit dem in Kraft treten des Privatfernsehgesetzes im Jahr 2001 war der Grundstein für den Pluralismus der österreichischen TV-Landschaft gelegt. Dennoch gibt es gegenwärtig neben der „ZiB“ nur Puls 4 und ATV+, die ebenfalls tagesaktuelle Fernsehnachrichtensendungen bundesweit ausstrahlen.

Die Auswahl an Materialien für Fernsehnachrichtensendungen in der österreichischen Medienlandschaft ist überwältigend. Deshalb bedienen sich Journalisten von TV-Stationen verschiedener Kriterien um den Komplexitätsgrad der Nachrichtenauswahl zu reduzieren. Fremdmaterial wird laut den befragten Experten hauptsächlich für die Auslandsberichterstattung benötigt. Die untersuchten Sender benützen überwiegend Material aus Wort-, Bild- und Filmagenturen, da durch die vertragliche Absicherung eine umfangreiche Recherche hinfällig wird.

Die Reduktionskriterien der komplexen Auswahl von Fremdmaterial für die Nachrichtensendungen sind, laut der Theorie, Nachrichtfaktoren. Dies wird auch von den Befragten bestätigt, die Kriterien wie Bildstärke, Aktualität und Seriosität

als für die Berichterstattungen am Relevantesten bezeichnen. Insgesamt ist jedoch das Kriterium Bild der wichtigste Faktor einer TV-Nachrichtensendung, laut interviewten Experten. Die Intensität des Bildes entscheidet oft ob es überhaupt zu einer Nachrichtenberichterstattung kommt.

Eine neue Form der Verwertung von Fremdmaterial in Fernsehnachrichtensendungen ist UGC. User Generated Content wird nur ungern aufgrund der oft zweifelhaften Quellen als Element einer Nachrichtensendung benützt. Dennoch greifen alle drei Sender immer häufiger darauf zurück. Dabei reicht die Bandbreite der Einsatzgebiete für UGC von der politischen Konfrontation bis zur Wahrung von Menschenrechten. ATV+ übernimmt dabei eine Pionierposition und integriert diesen Inhalt in verschiedene Sendeformate. Auch der ORF will dieses Mittel der Interaktion mit den Zusehern aktiv nützen und schafft deshalb ein Projekt, welches den Austausch des Materials durch hinzuziehen eines Sicherheitsfilters – der Registrierung auf der Webseite – ergänzt. Diese Maßnahme dient der Quellentransparenz sowie der Abwehr von Manipulationsversuchen.

Benutzergeneriertes Material wird oft ohne Authentifizierung in den Kontext der Berichterstattung integriert, wobei das Material meist aus Ländern mit totalitären Regimen, in denen das Recht auf freie Meinungsäußerung eingeschränkt ist, sowie aus Kriegs- und Krisenregionen kommt. Diese Maßnahme dient der Herstellung von Öffentlichkeit, Transparenz und Aufklärung sowie der Artikulation von Meinungen. Obwohl UGC-Fremdmaterial positive Aufgaben erfüllen kann, ist es ebenso möglich, dass durch das Nicht-Überprüfen des Materials negative Konsequenzen folgen. Dies kann sich äußern durch falsche Kontextualisierung bishin zur bewussten Manipulation von Wort-, Bild-, und Filminhalten äußern.

Umso enttäuschender ist die Gesetzeslage in Österreich, was die Regulierung des Umgangs mit Fremdmaterial betrifft. Ganz allgemeine Kriterien wie die Wahrung der Unabhängigkeit, die Meinungsvielfalt, Schutz von Minderjährigen, Objektivität und Qualität der Berichterstattung werden in den drei untersuchten Texten des ORF-Gesetzes, des Privatfernsehgesetzes und der EU-Fernsehrichtlinien erwähnt. Wie diese ausgeführt werden sollen, bleibt jedoch offen. Das ORF-

Gesetz und das Privatfernsehgesetz sehen Redakteursstatute vor, welche detailliertere Vorgaben zu den einzelnen Elementen der Programmgestaltung gewähren sollen.

Von den drei untersuchten Sendern ORF, ATV+ und Puls 4, liegt lediglich bei dem zuletzt genannten Sender kein Redakteursstatut vor. Bei genauerer Betrachtung der für die Untersuchung vorhandenen Statute fiel auf, dass auch darin nur eine mannigfaltige Beschreibung der Kriterien wie Objektivität und Unabhängigkeit enthalten sind. Welche Quellen verwendet werden sollen, wie geprüft werden soll oder welches Material nicht verwendet werden darf, unterliegt jedoch den Regeln der Medienethik.

Obwohl die Medienethik eher als Moral journalistischen Handels denn als formulierter Normenkatalog verstanden wird, gibt es doch verschiedene Möglichkeiten zur Umsetzung. Qualität der journalistischen Arbeit ist eines der obersten Kriterien der Medienethik. Zur Absicherung dieser Qualität im Umgang mit Fremdmaterial dient die Quellentransparenz, Quellenvielfalt und Quellenüberprüfbarkeit. Die befragten Experten folgen diesem Prinzip. Doch während der ORF bei aktuellen Themen erst auf die Bestätigung der Beschaffenheit diverser Quellen wartet, versucht ATV+ dem Anspruch der Aktualität zu genügen, welches in weiterer Folge gravierende Konsequenzen nach sich ziehen kann. Die falsche Handhabung von Fremdmaterial wird in Redaktionssitzungen besprochen und es wird versucht etwaige Fehler zu hinterfragen. Vor allem wird nach einer fehlerhaften Berichterstattung eine Korrektur in der nächsten Sendung veröffentlicht. Dies dient der Qualitätssicherung und veranschaulicht die Verantwortung der TV-Sender gegenüber den Rezipienten.

Zusammengefasst ergab diese Untersuchung, dass der Umgang mit Fremdmaterial wenigen gesetzlichen Regulierungsmaßnahmen unterliegt jedoch auf medienethischen Entscheidungen basiert. Diese Entscheidungen trifft der Sender augenmerklich zu Gunsten der Zuschauer. Die Verpflichtung der Informationsvermittlung hat zwar oberste Priorität aber für Fernsehanstalten sind die Bildelemente einer Meldung beinahe genauso wichtig. Wenn diese nicht

vorhanden sind, wird zumeist bei Privatsendern auf die Ausstrahlung solcher Beiträge verzichtet.

Als anschließende Forschung für diese Arbeit über den Umgang mit Fremdmaterial in den tagesaktuellen, österreichischen Fernsehnachrichten bietet sich das UGC-Material an. Welches in dieser Arbeit zwar ebenfalls analysiert wurde jedoch angesichts der steigenden Nutzung dieses Material ausreichend Stoff für eine eigenständige Arbeit bietet. Diese wissenschaftliche Arbeit könnte ebenfalls einen Anreiz bieten, zur dargebotenen Thematik und zu den herausgearbeiteten Problematiken weiter zu forschen, um die Qualität von Nachrichtensendungen nachhaltig zu verbessern.

9 Literaturverzeichnis

9.1 Bücher:

- Atteslander, Peter (2000): Methoden der empirischen Sozialforschung. 9., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Walter de Gruyter. Berlin/New York.
- Becker, Lee B./Holtz-Bacha, Christina/ Reus, Günter (2009): Wissenschaft mit Wirkung. Beiträge zu Journalismus- und Medienwirkungsforschung. Festschrift für Klaus Schönbach. VS Verlag. Wiesbaden.
- Blöbaum, Bernd (1994): Journalismus als soziales System: Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Opladen.
- Bibliographisches Institut, F. A. Brockhaus AG et al., (2008)
- Boetzkes, Claus-Erich (2008): Organisation als Nachrichtenfaktor. Wie das Organisatorische den Content von Fernsehnachrichten beeinflusst. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Buchholz, Axel/ Schult, Gerhard (2002): Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 7., vollständig aktualisierte Auflage. Econ. Berlin.
- Burkart, Ronald (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag. Wien, Köln, Weimar.
- Fasel, Christoph (Hg.) (2004): Qualität und Erfolg im Journalismus. UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz.
- Freyberg, Axel/ Picot, Arnold (2010): Media Reloaded - Mediennutzung im digitalen Zeitalter. Springer. Heidelberg, Dordrecht, London, New York.

- Greis, Andreas/ Hunold, Gerfried W./ Koziol, Klaus (Hrsg.) (2003): Medienethik Ein Arbeitsbuch. Francke. Tübingen.
- Haas, Hannes. Medienkunde. (2005): Grundlagen, Strukturen, Perspektiven. WUV Universitätsverlag. Wien
- Haller, Michael (Hg.) (2003): Das freie Wort und seine Feinde. Zur Pressefreiheit in den Zeiten der Globalisierung. UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz.
- Haller, Michael /Holzhey, Helmut (Hrsg.) (1992): Medien-Ethik: Beschreibung, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Westdeutscher Verlag GmbH. Opladen.
- Huh, Michael (1996): Bild-Schlagzeile. Wie das Fernsehen Nachrichten erfolgreich vermarktet. Kepplinger. Konstanz.
- La Roche, Walther von (1980): Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege. 5. Auflage. List Verlag. München.
- Leschke, Rainer (2001): Einführung in die Medienethik. Fink. München.
- Löffelholz, Martin (Hrsg.) (2004): Theorien des Journalismus: Ein diskursives Handbuch. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaft. Wiesbaden.
- Ludes, Peter (1993): Von der Nachricht zur News Show: Fernsehnachrichten aus der Sicht der Macher. Fink . München.
- Mast, Claudia (2004): ABC des Journalismus. Ein Handbuch. 10. Auflage. UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz.

- Maurer, Marcus/ Reinemann, Carsten (2006): Medieninhalte. Eine Einführung. VS Verlag für Sozialwissenschaft. Wiesbaden.
- Monkenbusch, Helmut (Hrsg.) (1994): Fernsehen - Medien, Macht und Märkte. Reinbek Verlag. Hamburg.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/ Schulz Winfried/ Wilke, Jürgen (Hrsg.) (2002): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Fischer Verlag. Frankfurt.
- Ohler, Josef/ Schwiesau, Dietz (2003): Die Nachricht in Presse, Radio, Fernsehen, Nachrichtenagentur und Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München
- Rühl, Manfred (1980): Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. V. Hase und Köhler. Mainz
- Schröter, Detlef (1992): Qualität im Journalismus. Testfall: Unternehmensberichterstattung in Printmedien. Publicom-Medienverlag. München.
- Wallisch, Gianluca (1995): Journalistische Qualität. Definitionen - Modelle – Kritik. UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz.
- Weischenberg, Siegfried (2004): Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. 3. Auflage. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Westdeutscher Verlag. Opladen.
- Weischenberg, Siegfried (1995): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. 1. Auflage. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Westdeutscher Verlag. Opladen.
- Wiegerling, Klaus (1998): Medienethik. J. B. Metzler. Stuttgart.

9.2 Hochschulschriften und wissenschaftliche Aufsätze:

- Saxer, Ulrich/ Kull, Heinz (1981): Publizistische Qualität und journalistische Ausbildung. Publizistisches Seminar der Universität. Zürich.
- Stachel, Martin (2007): 'TV 2.0' - Neue Anforderungen an ein altes Medium. Zu Auswirkungen von 'Web 2.0' auf das Fernsehen. Diplomarbeit. Siegen.
- Straßner, Erich (1982): Fernsehnachrichten. Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse. Tübingen.
- Thomandl, Oliver (1996): Entstehung, Entwicklung und Rolle von Informationssendungen im Österreichischen Rundfunk am Beispiel der „Zeit im Bild“ - eine Bilanz. Dissertation. Wien.
- Daschmann, Gregor. Qualität von Fernsehnachrichten: Dimensionen und Befunde. In: Mediaperspektiven, 5/2009, S.259
- Ruß-Mohl, Stephan. Am eigenen Schopfe... Qualitätssicherung im Journalismus. Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche, S. 85 In: Publizistik, 37. Jg., 1992, S. 83-96

9.3 Online-Quellen:

- ATV Privat TV GmbH & Co KG. url: <http://ATV+.at/contentset/4799-ATV+%20Aktuell%20mit%20Sport> Zugriff: 13.05.10 & url: http://ATV+.at/binaries/asset/download_assets/110329/file Zugriff: 18.05.10

- Austria Presse Agentur. url:
http://www.apa.at/site/Leitmedium_APA/Geschichte Zugriff: 13.05.10
- Bundeskanzleramt Österreich; Rundfunk und Medienrecht in Österreich. url:
<http://www.bka.gv.at/site/4075/default.aspx> Zugriff: 15.06.10
- Demokratiezentrum Wien, url:
<http://www.demokratiezentrum.org/wissen/timelines/geschichte-der-austria-wochenschau.html> Zugriff: 12.05.10
- Diehlmann/ Maier/ Ruhrmann/ Woelke, Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen, url: <http://www.lfm-nrw.de/downloads/studienachrichtenwert.txt> Zugriff: 22.05.10
- Franz X. Eder, Geschichte Online. url:
<http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3228&arttyp=k> Zugriff: 13.05.10
- Hacke, Karin. dpa, ddp, afp und epd... Oder: Was sind Nachrichtenagenturen? Schweriner Volkszeitung. url:
<http://www.svz.de/dossiers/zeitungskongress/zeitungskongress-detail/article/1461/dpa-ddp-afp-und-epd-oder-was-sind-nachrichtenagenturen.html> Zugriff: 15.05.10
- Horizont.net url:
<http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/pics/15729-org.jpg> Zugriff: 23.04.10
- Knill & Knill Kommunikationsberatung, Bildmanipulation. url:
<http://www.rhetorik.ch/Bildmanipulation/Bildmanipulation.html#malen> Zugriff: 15.06.10

- OECD 2007, Participativ Web: USER-CREATED CONTENT url:
<http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf> Zugriff: 02.04.10
- ORF-Kundendienst. url:
http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf2/zib_ueberblick.html Zugriff:
13.05.10
- ProSiebenSat.1 AG. Leitlinien zur Sicherung der journalistischen
Unabhängigkeit der ProSiebenSat.1 Group url:
<http://www.prosiebensat1.com/unternehmen/verantwortung/2/index.php> Zugriff:
18.06.10
- Puls 4.at „Austria News“. url: http://www.puls4.com/tv-sendung/PULS-4-News/community_/sendung/uebersicht/1361511/tvscheduleid/14567994
Zugriff:13.05.10
- Rechtsvorschriften der Europäischen Union. EUR- Lex. EU-Fernsehrechtlinien
url: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:DE:HTML>
Zugriff: 20.06.10
- Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. ORF-Gesetz. url:
<http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G#a4> Zugriff: 15.06.10 &
<http://www.rtr.at/de/rf/PrTV-G> Zugriff: 21.05.10
- SevenOne Media Austria. url:
<http://www.sevenonemedia.at/content/bereich/philosophie.html> Zugriff:
03.06.10
- Ulbricht, Carsten. RechtzweiNull. url:
<http://www.rechtzweinull.de/index.php?/archives/44-Verwendung-von-User-Generated-Content.html> Zugriff: 18.05.10

- Unterberger, Klaus. ORF-Public Value Kompetenzzentrum. ORF-Redakteursstatut url: http://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=77&pvi_id=346 Zugriff: 13.05.10
- URB. taz.de. url: <http://www.taz.de/1/politik/nahost/artikel/1/%5Cneda%5C-wird-zum-protestruf-der-iraner/> Zugriff: 18.05.10
- Wirtschaftskammer Österreich. url: <http://wko.at/wknoe/rp/mbwerknutzungdetail.pdf>
- Youtube-Screenshot. url: <http://www.youtube.com/watch?v=zg1VCtBANMM> Zugriff: 18.05.10 & url: <http://www.youtube.com/watch?v=bXkNSixUzGc> Zugriff: 18.05.10

10 Anhang

10.1 *Abstract (englisch)*

News shows fulfil the irreplaceable function of supplying information to society. For this reason, it is important that they meet certain standards. The main purpose of this thesis is to explore the usage of external material in Austrian television coverage, in addition to the usage of user-generated content. Two case examples allegorise the positive and negative qualities associated with the integration of UGC into the news. The focus of this work, however, lies in the criteria used for the selection of foreign material. Another important role is the disclosure of legal rules and internal guidelines, as well as, the media ethical standards, which regulate the handling of these materials.

The research questions were tested on the theoretical approaches of news value, the media images, media ethics and quality journalism, and finally completed with empiricism. The analysis of the usage of external material was based on a comparison of legal frameworks (ORF-Gesetz, Privatfernsehgesetz, EU-Fernsehrichtlinien, as well as the editor's statute) and on expert interviews with ORF, ATV + and Puls 4. The research results reveal weaknesses legally and ethically in dealing with external material.

10.2 Abstract (deutsch)

Nachrichtensendungen übernehmen für die Gesellschaft die bedeutsame Funktion der Informationsvermittlung. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass diese Sendungen bestimmte Qualitätskriterien erfüllen. Das Erkenntnisinteresse der Arbeit setzt an dieser Stelle an und beschäftigt sich mit einem Teilaspekt davon, den Umgang mit Fremdmaterial in der österreichischen, tagesaktuellen Fernsehberichterstattung. Die Verwendung von User Generated Content (UGC) bildet einen weiteren Schwerpunkt der Arbeit. Anhand zweier Fallbeispiele soll dargelegt werden, welche positiven und negativen Eigenschaften mit der Integration von UGC in die Berichterstattung einhergehen. Der Fokus dieser Arbeit liegt jedoch auf der Ermittlung jener Kriterien, die für die Auswahl von Fremdmaterial relevant sind. Eine weitere wichtige Rolle spielt die Offenlegung gesetzlicher Bestimmungen, interner Richtlinien sowie medienethischer Normen, die den Umgang mit diesen Materialien regeln.

Anhand der theoretischen Ansätze des Nachrichtenwertes, der Medienbilder, der Medienethik und des Qualitätsjournalismus werden die Forschungsfragen getestet und mit der Empirie komplettiert. Durch Vergleiche der rechtlichen Rahmenbedingungen (ORF-Gesetz, Privatsendergesetz, EU-Fernsehrichtlinien sowie Redakteursstatute) und anhand von Experteninterviews der Sender ORF, ATV+ und Puls 4 wird der Umgang mit Fremdmaterial genauer untersucht. Die Forschungsergebnisse verzeichnen Schwächen sowohl in der Rechtsprechung als auch im medienethischen Umgang mit Fremdmaterial.

10.3 Redakteursstatut Privatsender

10.3.1 Redakteursstatut ATV+

Redakteursstatut der ATV Privat TV GmbH & Co KG

Einleitung

Die Geschäftsführung der ATV Privat TV GmbH & Co KG und die an der Gestaltung von Informationssendungen des Fernsehprogramms „ATV“ mitwirkenden Mitarbeiter vereinbaren das folgende Redakteursstatut mit dem Ziel, die partnerschaftliche Zusammenarbeit aller an der publizistischen Gestaltung von „ATV“ - Informationssendungen Beteiligten zu sichern und den rechtlichen Aufträgen des Privatfernsehgesetzes (BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. Nr. 97/2004) zur objektiven Programmgestaltung (§§ 30, 31 und 32), zur korrekten Berichterstattung (§ 33) und über die unabhängige Stellung der redaktionellen Mitarbeiter (§ 49) zu entsprechen. Beide Seiten bekennen sich zu einer konstruktiven Zusammenarbeit, um die Stellung von „ATV“ im publizistischen und wirtschaftlichen Wettbewerb zu fördern und seine ständige Weiterentwicklung zu ermöglichen.

1. GRUNDSÄTZE

„ATV“ ist ein privater österreichischer Fernsehsender. Er bekennt sich vorbehaltlos zur österreichischen Verfassung und den darin festgelegten demokratischen und rechtsstaatlichen Grundsätzen und zu einer freien Gesellschaftsordnung, die die Würde jedes einzelnen Menschen und sein Recht auf angemessene freie Entfaltung respektiert.

„ATV“ bekennt sich zu den Menschenrechten, zu Toleranz, Gewissensfreiheit und der Achtung der Glaubens- und Religionsgemeinschaften. Seine Mitarbeiter wirken auf dem Boden der österreichischen Rechtsordnung. Das schließt das Recht zur konstruktiven Kritik an Missständen des demokratischen Lebens ein.

„ATV“ steht auf dem Boden der rechtsstaatlichen Informationsfreiheit. Seine Redaktionen sind unabhängig und halten sich von allen direkten und indirekten Einflüssen politischer Parteien und Interessengruppen frei.

2. GELTUNGSBEREICH

Dieses Redakteursstatut gilt für alle angestellten und freien prgrammgestaltenden und journalistischen Mitarbeiter von „ATV“, die Informationssendungen gestalten, und für jene Auftragnehmer, die Beiträge für Informationssendungen liefern. Programmgestaltende Mitarbeiter sind jene, die an der inhaltlichen Gestaltung der ATV Fernsehsendungen mitwirken, journalistische Mitarbeiter sind Personen, die an der journalistischen Gestaltung der ATV- Fernsehprogramme mitwirken, insbesondere Redakteure, Reporter, Korrespondenten und Gestalter. Informationssendungen sind Sendungen, die vom aktuellen Geschehen in Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Gesellschaft berichten, Ereignisse aus diesen Bereichen analysieren und kommentieren und in fernsehspezifischen Darstellungsformen (z.B. Diskussionsrunden) vertiefen.

3. GESINNUNGSSCHUTZ

Kein journalistischer Mitarbeiter von „ATV“ - Fernsehsendungen darf verhalten werden, etwas abzufassen oder zu verantworten, das der Freiheit der journalistischen Berufsausübung widerspricht, insbesondere darf er nicht genötigt werden, in Beiträgen, die seine persönliche Meinung ausdrücken sollen, etwas gegen seine Überzeugung zu verfassen und unter seinem Namen zu veröffentlichen. Aus einer gerechtfertigten Weigerung darf dem Mitarbeiter kein (arbeitsrechtlicher) Nachteil erwachsen.

Hinsichtlich der Auswahl, Bearbeitung und technischen Herstellung von Nachrichten und Informationsbeiträgen gelten die Grundsätze der Meinungsvielfalt und Objektivität von Informationsvermittlung.

4. GESTALTUNGSFREIHEIT

Im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen des Privatfernsehgesetzes für die Gestaltung von Rundfunkprogrammen (§§ 30 bis 33) und den oben festgelegten Gestaltungsgrundsätzen (Punkt 1 dieses Redakteursstatuts) sind die programmgestaltenden Mitarbeiter bei der Gestaltung von Informationsbeiträgen unabhängig, inhaltlich selbständig und eigenverantwortlich.

Über wesentliche inhaltliche Eingriffe in einen Beitrag durch einen journalistischen Vorgesetzten ist nach Möglichkeit das Einvernehmen mit dem journalistischen Mitarbeiter herbeizuführen. Ansonsten ist der Beitrag zurückzustellen, sofern dadurch die Herstellung und Ausstrahlung der Sendung nicht gefährdet wird. Wird aus diesem Grund der veränderte Beitrag gesendet, hat der journalistische

Mitarbeiter das Recht, seinen Namen zurückzuziehen. Auf Wunsch des Vorgesetzten hat der betroffene journalistische Mitarbeiter seine Haltung schriftlich zu begründen, desgleichen hat der Vorgesetzte die Gründe für seine Entscheidung schriftlich festzuhalten.

In einem solchen Streitfall haben sowohl der betroffene journalistische Mitarbeiter als auch der betroffene Vorgesetzte das Recht, binnen einer Woche den Redakteursausschuss mit der Angelegenheit zu befassen. Wird auch dort binnen zwei Wochen keine Einigung erzielt, kann jede der beiden Konfliktseiten das Schiedsgericht anrufen. Das Schiedsgericht hat zu entscheiden, ob die Weigerung des betroffenen journalistischen Mitarbeiters im Rahmen des Redakteursstatuts gerechtfertigt war oder nicht. Die Entscheidung ist zu begründen und der Geschäftsführung und allen journalistischen Mitarbeitern von „ATV“ - Fernsehsendungen mitzuteilen.

Diese Regelungen betreffen nicht die Entscheidung des Chefredakteurs oder eines von ihm Beauftragten, einen Beitrag nicht zu senden.

5. MITWIRKUNGSRECHTE

5.1. Vor der Bestellung des Chefredakteurs oder eines journalistischen Vorgesetzten hat die Geschäftsführung dem Redakteursausschuss die von ihr dafür in Aussicht genommene Person bekannt zu geben. Der Redakteursausschuss kann seinerseits Vorschläge für die Besetzung des Postens des Chefredakteurs oder eines journalistischen Vorgesetzten machen. Die Geschäftsführung hat zu diesen Vorschlägen Stellung zu nehmen.

Wird den Vorschlägen des Redakteurausschusses von der Geschäftsführung nicht Rechnung getragen, kann sich der Redakteurausschuss an die Gesellschafter wenden. Die Geschäftsführung wird in diesem Fall die Entscheidung über die Person des Chefredakteurs oder eines journalistischen Vorgesetzten erst nach Anhörung des Redakteurausschusses treffen.

Nach drei Wochen kann der Redakteurausschuss mit Zweidrittelmehrheit gegen den bestellten Chefredakteur bzw. journalistischen Vorgesetzten Einspruch erheben. Der Einspruch ist zu begründen. Die Geschäftsführung hat den Redakteurausschuss in diesem Fall anzuhören. Der Redakteurausschuss hat das Recht, einen neuen Kandidaten vorzuschlagen.

Nach einer neuerlichen Aussprache des bestellten Chefredakteurs oder journalistischen Vorgesetzten und des vorgeschlagenen Kandidaten mit Redaktion und Geschäftsführung trifft die Geschäftsführung die Entscheidung endgültig.

- 5.2. Bei wiederholten, vom Schiedsgericht festgestellten Verstößen des Chefredakteurs bzw. des journalistischen Vorgesetzten gegen das Redakteursstatut ist der Redakteursausschuss von der Geschäftsführung anzuhören. Entzieht nach einem weiteren Verstoß die Redakteursversammlung (Punkt 7) dem journalistischen Vorgesetzten mit Zweidrittelmehrheit das Vertrauen, sind umgehend Gespräche zwischen der Geschäftsführung und dem Redakteursausschuss über die weitere Vorgangsweise bezüglich der Beschäftigung des Chefredakteurs bzw. journalistischen Vorgesetzten zu führen. Für den Fall der Willensübereinstimmung zwischen Geschäftsführung und Redakteursausschuss wird der Chefredakteur bzw. journalistische Vorgesetzte abberufen.
- 5.3. Grundsätzliche Entscheidungen der Geschäftsführung über Umfang und Inhalt der Informationsprogramme sind dem Redakteursausschuss im Vorhinein mitzuteilen. Der Redakteursausschuss hat das Recht, binnen zwei Wochen dazu Stellung zu nehmen und seinerseits Vorschläge vorzulegen. Die Geschäftsführung trifft solche Grundsatzentscheidungen erst nach Anhörung des Redakteursausschusses.

6. INFORMATIONSRECHTE

Der Redakteursausschuss ist im Voraus zu informieren und anzuhören

- 6.1. bei Änderungen in den Eigentumsverhältnissen, die die Eigentümerstruktur maßgeblich beeinflussen;
- 6.2. bei maßgeblichen Veränderungen im Redaktionsbudget;
- 6.3. auf Verlangen, mindestens jedoch einmal im Jahr, und zwar nach Vorliegen des Jahresabschlusses des Vorjahres, über die wirtschaftliche Entwicklung des Betriebes.

Informationen, die auf diese Art den Mitgliedern des Redakteursausschusses zur Kenntnis gelangen, unterliegen der innerbetrieblichen Verschwiegenheitspflicht.

7. REDAKTEURSAUSSCHUSS

Die Redakteursversammlung – das sind alle Mitarbeiter im Sinne des Geltungsbereiches des Redakteurstutats (Punkt 2) – wählt aus ihrer Mitte mit einfacher Mehrheit einen Redakteurssprecher.

Umfasst eine Redakteursversammlung mehr als zehn Mitglieder, wird für jeweils angefangene zehn Mitglieder ein weiterer Redakteurssprecher gewählt. Ihre Funktionsperiode beträgt zwei Jahre.

Die Redakteurssprecher bilden den Redakteursausschuss und wählen aus ihrer Mitte einen Vorsitzenden. Scheidet ein Mitglied des Redakteursausschusses vor Ende der Funktionsperiode aus, erfolgt eine Nachwahl für den Rest der Funktionsperiode.

Der Redakteursausschuss ist beschlussfähig, wenn wenigstens zwei Drittel seiner Mitglieder anwesend sind; ergibt die Drittelung einen Bruch, ist auf die nächste ganze Zahl zu ergänzen. Der Redakteursausschuss gibt sich für seine Tätigkeit eine Geschäftsordnung.

Beschlüsse des Redakteursausschusses sind der Geschäftsführung mitzuteilen.

Den Mitgliedern des Redakteursausschusses darf aus der statutengemäßen Ausübung dieser Tätigkeit kein arbeitsrechtlicher Nachteil erwachsen. Ihre Arbeit haben sie tunlichst ohne Störung des Betriebes durchzuführen.

Die Kosten der statutengemäßen Tätigkeit des Redakteursausschusses trägt das Unternehmen.

8. SCHIEDSGERICHT

Für die Entscheidung von Streitigkeiten, die sich aus der Anwendung des Redakteursstatuts ergeben, ist ein Schiedsgericht zuständig. Das Schiedsgericht besteht aus drei Mitgliedern, und zwar einem Vertreter der Geschäftsführung, einem Mitglied des Redakteursausschusses und einem rechtskundigen dritten Mitglied, das von den beiden anderen Mitgliedern einvernehmlich vorzuschlagen ist. Dieses dritte Mitglied leitet die Sitzungen des Schiedsgerichtes.

Die Kosten für die statutengemäße Tätigkeit des Schiedsgerichtes trägt das Unternehmen.

9. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

Dieses Redakteursstatut ist Bestandteil des Beschäftigungsverhältnisses bei „ATV“ für die vom Statut betroffenen Mitarbeiter.

Es bindet nicht nur die vertragsschließenden Partner sondern auch künftige Eigentümer und Mitarbeiter.

Dieses Redakteursstatut betrifft keine Belange, die nach dem Arbeitsverfassungsgesetz zu regeln sind.
Im Konfliktfall hat das Arbeitsverfassungsgesetz Vorrang.

Dieses Redakteursstatut tritt am 1.5.09 in Kraft und gilt unbefristet. Beide Seiten haben das Recht, dieses Statut zu jedem Jahresende zu kündigen. Dabei ist die Kündigung der jeweils anderen Seite sechs Monate vorher schriftlich mitzuteilen.



10.3.2 Redakteursstatut Puls 4

Von: "Olivia Steiner" <Olivia.Steiner@sevenonemedia.at>
An: "Lea Hizgilov" <Lea.Hizgilov@gmx.at>
Kopie:
Betreff: AW: dringende Anfrage
Datum: 23.06.2010 12:51:00

Ach ja stimmt, diese sind ja öffentlich zugänglich.
Ja, auf diese habe ich mich bezogen.

Herzliche Grüße,
Olivia Steiner

-----Ursprüngliche Nachricht-----
Von: Lea Hizgilov [mailto:Lea.Hizgilov@gmx.at]
Gesendet: Mittwoch, 23. Juni 2010 12:05
An: Olivia Steiner
Betreff: AW: dringende Anfrage

Vielen dank für Ihre Antwort gehe ich richtig in der Annahme, dass sie sich auf die folgenden Richtlinien beziehen?

<http://www.prosiebensat1.com/unternehmen/verantwortung/2/index.php>

----- Original-Nachricht -----
> Datum: Wed, 23 Jun 2010 11:22:51 +0200
> Von: "Olivia Steiner" <Olivia.Steiner@sevenonemedia.at>
> An: "Lea Hizgilov" <Lea.Hizgilov@gmx.at>
> Betreff: AW: dringende Anfrage

> Liebe Frau Hizgilov,
>
> nach Rücksprache bei uns arbeiten alle Mitarbeiter, auch Redakteure nach
> den allgemeinen Statuten des ProSieben Sat1 Konzerns. Ich bitte um Ihr
> Verständnis, dass ich Ihnen diese nicht zur Verfügung stellen kann.
>
> Ich wünsche Ihnen alles gute für Ihre Magisterarbeit und verbleibe

10.4 Interviewleitfaden

Wie verläuft der Prozess von der Auswahl des Fremdmaterials bis zur Ausstrahlung in Ihrer Nachrichtensendung?

Gibt es in Ihrer Redaktion spezielle und verbindliche Richtlinien die den Umgang mit Fremdmaterial regeln?

Gibt es Gesetzesbestimmungen, die Sie für das journalistische Handeln mit Fremdmaterial als zu eng oder zu locker gefasst empfinden?

Nach welchen Kriterien suchen Sie Fremdmaterial aus, welches für Ihre Sendung geeignet ist?

Prozentuell gesehen wie viel Sendematerial ist stammt aus Eigenproduktion und wie viel aus Fremdproduktion.

Wie wird Fremdmaterial Im Vergleich zu selbst produzierten Material auf Richtigkeit/Verlässlichkeit geprüft, bevor es ausgestrahlt werden?

Welche Fakten bei Fremdmaterial werden immer geprüft?

Welche Anbieter von Fremdmaterial werden von Ihnen verwendet?

Welche Anbieter von Fremdmaterial haben sich als verlässlich erwiesen?

Welche müssen sorgfältig geprüft werden bevor ihr Material verwendet wird?

Von welchen Anbietern wird das Material überhaupt nicht für die Sendung übernommen?

Wer entscheidet letztlich, ob allenfalls strittiges Fremdmaterial gesendet wird?

Wird in der Anmoderation oder im Nachspann auf den Ursprung der Quelle verwiesen?

Gab es in der Vergangenheit Fälle in der fehlerhaftes oder mangelhaftes Material zur Missinformation geführt haben?

Weshalb passiert dies?

Welche Konsequenzen folgen aus solchen Fällen?

Wie kann man Ihrer Meinung nach am besten seriöses von fragwürdigem Fremdmaterial unterscheiden?

Würden sie sich gesetzliche oder redaktionelle Richtlinien wünschen die den Umgang mit Fremdmaterial regeln bzw. regulieren?

10.5 Transkriptionen der Interviews

Name: Mag. Stefan Ströbitzer (abk. SS)

Beruf: Infochef ORF2 und Reformbeauftragter „ZIB“

Datum: 14.04.2010

- 1 LH: Also die erste Frage: gibt es in ihrer
2 Redaktion spezielle und verbindliche
3 Richtlinien, die den Umgang mit
4 Fremdmaterial regeln?
5 SS: Was verstehen Sie eigentlich unter
6 Fremdmaterial genau?
7 LH: Also Fremdmaterial bezieht sich einfach
8 auf das Material, das sie bekommen für die
9 Nachrichtensendung. Das heißt es kann sein
10 von der APA, Reuters, Youtube-Videos.
11 SS: Okay, also im Wesentlichen die
12 Agenturmaterialien.
13 LH: Aber auch PR-Sachen, Youtube-Sachen,
14 alles halt was nicht selbst produziert wird.
15 SS: Ja, also grundsätzlich verwenden wir
16 Fremdmaterial, das von einer journalistischen
17 Institution wie einer Nachrichtenagentur
18 hergestellt worden ist. Was wir nicht
19 verwenden sind PR-Videos von Firmen oder
20 von Parteien gedrehtes Material et cetera.
21 Das verwenden wir nicht.
22 LH: Und ähm, gibt es da irgendwelche
23 Richtlinien, wie man damit umgehen soll, mit
24 dem Material?
25 SS: Nein, im Prinzip unterscheidet sich das
26 nicht wirklich vom eigen gedrehten Material,
27 wobei bei diesem Agenturmaterial bekommt
28 man auf der einen Seite das Material und auf
29 der anderen Seite immer eine schriftliche
30 Beschreibung. Das heißt dopesheet, wo
31 drinnen steht, was da genau wie zu sehen ist,
32 wer das gemacht hat und das eigentlich
33 schon eine qualifizierte Beschreibung des
34 ganzen Materials ist.
35 LH: Und wird das auf bestimmte Sachen
36 geprüft, was sie bekommen?
37 SS: Das Agenturmaterial?
38 LH: Genau, ja.
39 SS: Na.
40 LH: Überhaupt nicht. Also was weiß ich
41 Uhrzeit, Datum?
42 SS: Naja klar! Die journalistischen Kriterien
43 die fünf W'S: Wer, Wo, Was, Wann, Warum
44 oder so ähm, die werden immer geprüft. Das
45 ist klar. Aber ähm, nachdem wir ja nicht,
46 derzeit noch nicht User Generated Content
47 verwenden, sondern eben nur von
48 Nachrichtenagenturen, mit denen wir eben
49 schon jahrelang Verträge haben wie Reuters,
50 APTN oder die EBU ähm, das sind also
51 sozusagen im Prinzip unsere und CNN. Wir
52 haben also mit vier Agenturen Verträge.
53 Selten aber doch kaufen wir von einem
54 anderen Fernsehsender ein Material. Also
55 wenn jetzt zum Beispiel RTL ein Interview mit
56 jemanden hätte, der für uns besonders
57 interessant ist, dann kanns sein, dass wir ein
58 Stück von dem kaufen, ähm, von diesem
59 Material. Aber auch dann wissen wir genau
60 wer das wann, wo, wie gemacht hat.
61 LH: Wie schaut das aus? Wie wird das geprüft
62 dann?
63 SS: Ja wir schauns an. Wir reden mit dem
64 Redakteur, der das gemacht hat, wenn wir
65 was kaufen. Soweit das möglich ist.
66 LH: Und was sind Ihre bevorzugten Anbieter,
67 die Sie dann nehmen?
68 SS: Ja, also die vier großen international
69 üblichen Nachrichtenagenturen: APTN,
70 Reuters. Dann sind wir Mitglied der EBU.
71 Wissen sie was das ist?
72 LH: Ja, die European..
73 SS: Ja, die European Broadcast Union. Alle
74 EBU-Mitglieder stellen sich wechselseitig
75 Material zur Verfügung. Da wird mehrfach am
76 Tag, da gibt's die sogenannten EBU-Feeds
77 und über diese EBU-Feeds wird, also
78 ausgesandt. Zum Beispiel wenn jetzt in
79 Österreich nächste Woche kommt der
80 russische Präsident Putin nach Österreich,
81 dann gibt's jetzt schon anfragen von anderen
82 öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten, ob wir
83 da drehen und wir stellen es dann über die

84 EBU zur Verfügung. Das kann sich dann jeder
85 wieder holen und in seinen Sendungen
86 verwenden und genau so bekommen wir
87 wenn ich, weiß net, Merkel trifft Sarkozy in
88 Frankreich, dann würden wir vom
89 französischen, öffentlich-rechtlichen
90 Fernsehen das Material zur Verfügung gestellt
91 bekommen. Da gibt es sozusagen einen
92 täglichen Austausch von vielen Stunden an
93 Material und über das Material sozusagen. Da
94 weiß man dann, das kommt auch von einer
95 Fernsehanstalt, die auch öffentlich-rechtlich
96 organisiert ist, wo gewisse Qualitätskriterien
97 gelten, gewisse Redakteursstatute und, und
98 und. Da hat man also schon eine erhöhte
99 Glaubwürdigkeit und das vierte ist CNN. CNN
100 bietet über das eigene Programm hinaus auch
101 selbst gedrehtes Material weltweit an und das
102 kann man genau so einkaufen. Und wir
103 verwenden würd ich sagen zu 95 Prozent
104 wenn wir über Fremdmaterial sprechen zu 95
105 Prozent nur Materialien aus diesen vier
106 Quellen.
107 LH: Gibt es denn Kriterien nach denen Sie
108 dieses Material aussuchen, weil ich kann mir
109 vorstellen..
110 SS: Darf ich kurz was sagen, ich find Sie
111 sprechen ja mit dem Falschen. Weil wir hätten
112 da jemanden, die tut nichts anderes als sich
113 mit dem beschäftigen. Gudrun Gutt, sagt Sie
114 Ihnen was? Haben Sie mit Ihr auch schon
115 gesprochen?

116 LH: Nein.
117 SS: Weil wenn es jetzt die ganze Zeit nur um
118 Fremdmaterial und wie wir damit Umgehen
119 gefragt wird, dann wärs viel gescheiter, Sie
120 reden mit ihr.
121 LH: Aha.
122 SS: Weil die ist zuständig für das sogenannte
123 Monitoring. Und das Monitoring, der Bereich
124 wo diese Fremdmaterialien jeden Tag
125 reinkommen, ausgewertet werden, in die
126 Beiträge dann übertragen werden, wo sie
127 archiviert werden. Sie sozusagen macht des
128 seit 10, 15 Jahren und die kennt sich dann
129 wirklich gut aus.
130 LH: Ähm, ich hätte dann solche Fragen wie
131 zum Beispiel, wie dann falls mal fehlerhaftes
132 Material gesendet wird, wie dann damit
133 umgegangen wird. Könnte sie mir dann auch
134 helfen?
135 SS: Ich kann Ihnen schon helfen aber immer
136 sehr Oberflächlich. Die Gudrun kann das
137 dann im Detail.
138 LH: Weil es gab mal einen Fall da hat man
139 berichtet es gab so und so viele Tote und
140 dann am nächsten Tag ist rausgekommen,
141 das waren nur Leichen, die man dort
142 hingelegt hat.
143 SS: Aha, das hats gegeben den Fall?
144 LH: Ja.
145 SS: Bei uns oder?
146 LH: Auch unter anderem.

Name: Gudrun Gutt (abk. GG)

Beruf: Journalistin am International Desk bei ORF

Datum: 14.04.2010

1 LH: Also meine erste Frage wäre: gibt es in
2 ihrer Redaktion spezielle und verbindliche
3 Richtlinien, die den Umgang mit
4 Fremdmaterial regeln?
5 GG: Also es gibt Richtlinien, die das Material
6 betreffen. Also wir haben einerseits
7 Eurovisionsmaterial, da sind wir Mitglied bei
8 der Eurovision. Das heißt, wir liefern der
9 Eurovision selbst unser bestes Material und
10 kriegen im Gegenzug in diesem EBU-Pool die
11 besten Beiträge der europäischen
12 Fernsehanstalten zur Verfügung gestellt.
13 Ähm, genau so haben wir Verträge mit APTM,
14 Reuters und CNN und von dort erhalten wir
15 auch täglich duzende oder fast hunderte
16 Beiträge. Wir erhalten, es gibt natürlich
17 Regeln, die wir Respektieren müssen. Es gibt
18 Restrictions für gewisse Beiträge und an
19 diese halten wir uns natürlich. Das heißt was
20 unsere eigene Beitragsgestaltung angeht,

21 dass wir dann Agentur und Fremdmaterial,
 22 wenn wir kein eigenes zur Verfügung haben.
 23 LH: Wissen sie ungefähr in wie viel Prozent
 24 der Fällen das zu trifft?
 25 GG: Das ist ein bisschen schwerer zu
 26 quantifizieren. Es betrifft vor allem die
 27 Auslandsabteilung, weil ja grade Berichte aus
 28 dem Ausland schwer herzustellen sind, weil
 29 wir nicht überall vor Ort sein können. Das
 30 heißt also die Auslandsberichterstattung
 31 passiert zu 80% aus Agenturmaterial. Auch
 32 unsere Korrespondenten müssen ja
 33 manchmal auf Agenturmaterial zurückgreifen
 34 und vielleicht 20- 25 %, vielleicht aus selbst
 35 gedrehtem Material. Ähm, wir versuchen
 36 natürlich bei großen Ereignissen vor Ort zu
 37 sein und auch selbst zu drehen, aber so im
 38 regulären Tagesbetrieb ist es meistens eben
 39 Fremdmaterial und ich glaube die Wirtschaft
 40 hat vielleicht, vielleicht 30-40% Prozent
 41 Fremdmaterial Anteil und zwar dort, wo es um
 42 internationale Wirtschaftsthemen geht.
 43 Inländische Themen versucht man natürlich
 44 selbst zu drehen.
 45 LH: Ah also finden Sie, ah gibt es
 46 irgendwelche Gesetzesbestimmungen, die sie
 47 da zu eng sehen oder?
 48 GG: Wie, Wie also?
 49 LH: Zum Umgang mit Fremdmaterial.
 50 GG: Nein, also es gibt klare Regeln und an
 51 die muss man sich halten.
 52 LH: Welche?
 53 GG: Also ich mein du brauchst einen Vertrag
 54 natürlich mit AP, mit Reuters, mit diesen
 55 Firmen, die Material zur Verfügung stellen.
 56 Das kostet Geld. Der ORF muss das Geld
 57 bezahlen und hat dafür das Recht dieses
 58 Material zu verwenden und wir haben sogar
 59 das Archivrecht aufgekauft, damit wir nicht
 60 das Problem haben, dann haben , dass wir
 61 die Beiträge aus dem Archiv nicht wieder
 62 verwenden dürfen.
 63 LH: Und es gibt keine Bestimmungen, die
 64 besagen vom ORF her, welches Material
 65 überhaupt angekauft werden darf?
 66 GG: Doch, es gibt Bestimmungen, jede
 67 Fernsehanstalt muss schauen ,dass sie
 68 Verträge abschließt mit, mit, mit, ähm, mit
 69 Fremdquellen sozusagen um eine breite
 70 Berichterstattung zu ermöglichen.Überhaupt

71 nicht und das ist eben einerseits die
 72 Eurovision wo wir Mitglied sind. Das ist ja
 73 mehr wie ein Verein. Man zahlt ja jetzt nicht
 74 Beiträge, sondern man liefert Beiträge und
 75 man erhält im Gegenzug auch Beiträge. Ah,
 76 und dann eben, dann noch die Kaufverträge
 77 mit Reuters und AP und da gibt es schon
 78 klare Richtlinien, nicht? Und wie gesagt, wir
 79 bezahlen den Beitrag. Die Verträge sind
 80 meistens auf drei Jahre abgeschlossen, die
 81 Archivrechte auch, damit wir eben nicht die
 82 Schwierigkeiten haben. Natürlich haben
 83 Sportereignisse eigene Restriktionen. Da
 84 muss man sehr aufpassen, dass man die
 85 Sportrechte nicht verletzt. Ja oder jetzt die
 86 Oscarverleihung oder andere Kulturbeiträge.
 87 Da gibt es auch auf den Metadaten auf den
 88 Scripts der Beiträge sehr klare Regeln. Das ist
 89 als Richtlinie zu sehen. Das sind zum
 90 Beispiel: nur heute verwenden, nur einmal
 91 verwenden, nicht mehr als zwei Minuten
 92 verwenden und so weiter und so fort und an
 93 diese Regeln halten wir uns natürlich. Ja.
 94 LH: Ähm, also nach welchen Kriterien suchen
 95 Sie denn das Fremdmaterial aus?
 96 GG: Ja, wir suchen, wir suchen, also
 97 grundsätzlich haben wir die Eurovision
 98 deswegen, weil die Eurovision europäisch
 99 eine große Bandbreite bietet aus den
 100 öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas mit
 101 assoziierten Mitgliedern in Nordafrika, Israel,
 102 USA und Kanada. Und dann brauchen wir
 103 aber noch ein, zwei Agenturen, weil nicht jede
 104 Agentur kann bei jedem Großevent präsent
 105 sein und um eine große Bandbreite abdecken
 106 zu können, haben wir eben noch Anbieter wie
 107 AP, Reuters aber auch CNN gekauft um die
 108 Bandbreite eben so groß wie möglich zu
 109 halten.
 110 LH: Heißt das, private Sachen wie Youtube-
 111 Quellen oder so darauf greifen Sie überhaupt
 112 nicht zurück?
 113 GG: Das kann man nicht sagen, aber wie Sie
 114 wissen hat auch Youtube ist auch mit Rechten
 115 behaftet. Das kann man auch nicht so ohne
 116 weiters nehmen und zunehmend mehr kommt
 117 jetzt ähm, das ist jetzt der Users Content also
 118 Videos, Homevideos, Mobilevideos oder
 119 Fotos eben von Zuschauern, aber das ist in
 120 Österreich erst im kommen. Das ist jetzt nicht

121 ein etablierter Markt zum Beispiel wie in
 122 Großbritannien. Aber wir sind darauf schon
 123 eingerichtet, haben die Möglichkeit auch
 124 dieses Material zu verwenden.
 125 LH: Und gibt es da vielleicht Richtlinien wie
 126 man damit umgeht?
 127 GG: Natürlich gibt es Richtlinien. Die Anbieter
 128 müssen überprüfbar sein. Wir müssen ganz
 129 streng kontrollieren, ob das Material echt ist.
 130 Weil, wenn wir von Reuters, AP oder der
 131 Eurovision Material übernehmen, dann
 132 können wir mit ziemlich großer Sicherheit
 133 davon ausgehen, dass das journalistisch in
 134 Ordnung ist. Während Material von
 135 Privatanbietern natürlich immer die Gefahr in
 136 sich birgt, dass da womöglich ähm, etwas
 137 gefälscht sein könnte oder, dass die Angaben
 138 nicht zu 100% stimmen und da geht es darum
 139 das Material zu überprüfen.
 140 LH: Und wie überprüfen Sie das Material?
 141 GG: Indem wir überprüfen wer ist der
 142 Anbieter, ist es überhaupt möglich, dass er
 143 dieses Material bekommen hat und so weiter
 144 und so fort. Es gibt unterschiedliche Kriterien,
 145 aber wir versuchen möglichst genau
 146 zurückzuverfolgen die Spur des Materials.
 147 LH: Gibt es bevorzugte und weniger
 148 bevorzugte Anbieter?
 149 GG: Ah, ja, ja, unsere bevorzugten Anbieter
 150 sind die großen Agenturen, wo wir eben uns
 151 darauf verlassen können, dass das stimmt
 152 und die auch jeder eine große Vielfalt bietet
 153 und die privaten Anbieter nimmt man dann,
 154 wenn es keine andere Möglichkeit gibt.
 155 LH: Ähm, wer entscheidet letztlich, ob
 156 allenfalls strittiges Fremdmaterial gesendet
 157 wird oder nicht?
 158 GG: Ähm, also strittiges Material kommt
 159 meistens gar nicht auf Sendung außer, außer
 160 mit einer entsprechenden Kennzeichnung, ja.
 161 Aber weder inhaltlich oder wir sagen weder
 162 Bildmaterial noch Inhalte kommen auf
 163 Sendung, die nicht überprüft sind. Es muss
 164 journalistisch einwandfrei sein. Es kann schon
 165 sein, dass es manchmal ein heißes Eisen ist,
 166 aber wir müssen das ganze vertreten können.
 167 Und ich mein, strittiges Material kann nur
 168 dann auf Sendung gehen, wenn Sie die
 169 Quelle kennen. Wenn wir wissen, dass es
 170 journalistisch in Ordnung ist. Und ich mein, es
 171 wird entschieden entweder vom Ressortleiter
 172 oder vom Chefredakteur oder in der
 173 Redaktionskonferenz wird gemeinsam
 174 manchmal beraten, ob das Thema angebracht
 175 ist oder nicht.
 176 LH: Wissen Sie, ob im Anspann oder
 177 Nachmoderation auf die Quelle verwiesen
 178 wird, wenn es eben so ähm, strittig ist oder
 179 eben Youtube-Videos sind oder Handy?
 180 GG: Wir nennen das natürlich. Wir nennen
 181 das sogar im Beitrag, wenn es, wenn es, es
 182 muss sogar so sein. Also Quellen, die nicht,
 183 wie soll ich sagen, die nicht selbstverständlich
 184 sind wie Reuters oder AP oder EBU, wo man
 185 jetzt sich nicht dauernd wiederholen muss mit
 186 der Quellennennung, weil es eben
 187 selbstverständlich ist, dass es ein
 188 verlässliches Material ist. Ja ähm, da muss
 189 genannt werden. Es geht auch darum, dass
 190 dann auch Qualität nicht so gut ist. Ja, ein
 191 Homevideo oder ein Handyvideo ist sichtlich
 192 erkennbar als schlechtere, technische Qualität
 193 und da ist es schon deshalb sinnvoll zu
 194 sagen, also das kommt von einem Zuschauer
 195 oder von einem blablabla, damit man dann
 196 auch rechtfertigt die schlechtere Qualität.
 197 LH: Ähm, ähm, nun ist in der Vergangenheit
 198 öfters dazu gekommen, dass Videos
 199 ausgestrahlt wurden ähm, die also zu
 200 Missinformation geführt haben.
 201 Beispielsweise in den Palästinensergebieten
 202 da hat man...
 203 GG: Ja ich weiß schon aus Krisengebieten.
 204 Es geht darum, du kannst nie genau
 205 überprüfen, weder wenn du ein Material aus
 206 Krisengebieten bekommst noch, wenn du es
 207 selbst drehst. Du kannst dann auch immer nur
 208 die momentane Wahrheit filmen und bringen.
 209 Also ich kann mit großer Sicherheit
 210 ausschließen, dass wir im ORF zum Beispiel
 211 bewusst lügen oder bewusst Lügen in Umlauf
 212 setzen. Es geht darum, dass man möglichst
 213 genau recherchiert, dass man versucht zu
 214 überprüfen das Material und die Informationen
 215 dazu zu überprüfen und wenn man nicht ganz
 216 sicher sein kann, dann kann man dazu sagen
 217 die palästinensische Seite stellt das so und so
 218 dar oder die israelische Seite stellt das so und
 219 so dar. Die anderen Seiten widersprechen,
 220 man kann dann, man hat dann Verpflichtung

221 mitzuteilen, dass das kontroversiell ist und
 222 dass es den und den Standpunkt dazu gibt.
 223 LH: Wie wird dann in solchen Fällen damit
 224 umgegangen, wenn es schon auf Sendung
 225 war?
 226 GG: Wenn sich im Nachhinein herausstellt,
 227 dass es ein Irrtum war oder ein, eine
 228 Falschinformation war und es war jetzt und
 229 wenn es jetzt mehr Schaden verursacht hat
 230 als nur, ob es bewölkt war oder, ob es nur
 231 gereignet hat, also wo es wirklich um
 232 Falschinformation ging dann haben wir die
 233 Verpflichtung das in der nächsten Sendung
 234 aufzuklären und auch darzustellen wie es
 235 wirklich war und dass es nach damaligem
 236 Stand der Information eben anders war. Ja.
 237 LH: Also das wird dann auch so ähm,
 238 präsentiert?
 239 GG: Gemacht, ja, ja. Außer es ist völlig
 240 belanglos, aber, aber wenn es um
 241 gravierende Sachen geht, die falsche
 242 Interpretation eines Vorfalls, eines
 243 Zwischenfalls, einer Krisensituation,
 244 beinhalten oder bewirken würden, dann
 245 müssen wir aufklären. Kann immer mal
 246 passieren. Nicht sehr oft, weil wir im Vorhinein
 247 schon versuchen genau zu sein.
 248 LH: Ähm, wie würden Sie sagen, kann man
 249 das ausschließen, dass so etwas passiert?
 250 GG: Ganz kann man sicher nie ausschließen,
 251 weil du kannst nur dann etwas ganz
 252 ausschließen, wenn du Zeuge vor Ort warst
 253 und gesehen hast, wie es wirklich passiert ist
 254 und auch dann weißt du nicht, was dazu
 255 geführt hat. Also Berichterstattung ist immer
 256 ein Zusammenspiel aus Information, aus
 257 mehreren Quellen, aus verlässlichen Quellen,
 258 aus Vergleich, aus Erfahrung und so weiter.
 259 Also ich mein, ganz ausschließen, dass
 260 einmal ein Irrtum passiert oder, dass man
 261 einfach falsch informiert worden ist, das kann
 262 man trotzdem nicht, ja. Aber ich mein, es geht
 263 um journalistische Erfahrung und es geht um
 264 verlässliche Quellenrecherche. Ohne das,
 265 geht's natürlich nicht.
 266 LH: Welche Quellen haben sich in der
 267 Vergangenheit als überhaupt nicht zumutbar
 268 bzw. falsch herausgestellt?
 269 GG: Ähm, ja also ich mein, oft muss man
 270 aufpassen, wenn sag ma Lobbygroups, ja wie

271 die Opposition des einen Landes oder die
 272 Regierungsvertreter des anderen Landes oder
 273 und so weiter und so fort Interessensgruppen
 274 bemühen, sich bemühen uns Geschichten
 275 einzureden oder, oder ähm, dann reicht es
 276 nicht nur den Standpunkt zu haben. Es ist
 277 immer gut, wenn man Informationen bekommt
 278 von den neutralen Quellen also von Quellen
 279 die nicht eindeutig die Interessen einer
 280 Machtgruppe zum Beispiel vertreten, ja. Auch
 281 nicht allein der Opposition, weil die Opposition
 282 eines Landes, eines Staates hat auch andere
 283 Interessen als, ich mein, man muss dann
 284 eben das wissen und es auch so werten. Die
 285 Opposition hat ihre Interessen. Die
 286 Machtgruppen des Landes vertreten ihre
 287 Interessen und irgendwo in der Mitte liegt
 288 wahrscheinlich die Wahrheit.
 289 LH: Würden Sie sich irgendwie bessere oder
 290 genauere Richtlinien wünschen, die den
 291 Umgang regeln?
 292 GG: Die Richtlinien des ORF sind ganz okay,
 293 weil wir halten uns an das
 294 (Präsentationsgesetz) wir halten uns, ich
 295 mein, das ist, die Rahmenbedingungen sind
 296 ganz okay. Ich glaube, auch der ORF ist eine
 297 verlässliche Organisation, die, die wirklich
 298 bewusst die Journalisten anhält von Anfang
 299 an zu recherchieren, check und double check
 300 und dritt check und wie das alles heißt. Immer
 301 kann was passieren, aber es muss unser
 302 Bestreben sein erst dann auf Sendung zu
 303 gehen, wenn eine Sache nicht bei der ersten
 304 Eilmeldung schon unbedingt auf Sendung mit
 305 einer Information, sondern wir warten ab bis
 306 eine zweite Meldung dazu gibt, die das ganze
 307 bestätigt und begründet in welche Richtung
 308 das geht, ja.
 309 LH: Ähm, das heißt ähm, welche Fakten
 310 werden immer überprüft bei Fremdmaterial?
 311 GG: Meinen Sie jetzt nur bei Videomaterial?
 312 LH: Genau.
 313 GG: Noch einmal, man schaut sich immer an,
 314 ist das jetzt ein Eigendreh von Reuters oder
 315 hat Reuters das auch angekauft oder AP, ja.
 316 Haben wir auch ein Homevideo von
 317 jemandem angekauft. Also Sie können davon
 318 ausgehen, wenn diese, großen Quellen
 319 verwenden, dass die das schon in eigenem
 320 Interesse auch überprüfen, ja. Weil die

321 können sich jetzt nicht hinstellen, weltweit
322 haben die Kunden, denen bewusst, das kann
323 denen auch einmal passieren, aber das kann
324 denen nicht passieren, dass man bewusst
325 linke Touren fährt. Ja und deswegen ist
326 schwer jetzt dauernd zu überprüfen. Es ist oft
327 nicht das einzelne Bildmaterial. Jetzt überprüft
328 werden muss das journalistisch in
329 Zusammenhang stellen. Man muss sehen wie
330 ist die Informationslage? wie ist die
331 Nachrichtenlage? kann das überhaupt
332 stimmen was ich im Bild sehe? wie bereite ich
333 das auf? wie fange ich das auf? ja. Aber man,
334 man nimmt das nicht blind daher, man muss
335 ja auch lesen. Es gibt zu jedem Bildangebot
336 gibt es ein Skript wo genaue Informationen
337 stehen wie: Wo ist es gedreht worden? Wann
338 ist es passiert? Wer hat es gedreht? Ah, ah
339 und so weiter und so fort. Sodass wir aus dem
340 auch schon schließen können, ah kann das
341 überhaupt stimmen? war das der Vorfall? war
342 das der Bombenanschlag in Irak, den wir
343 meinen oder war das ein anderer? und so
344 weiter. Und die Bilder zeigen immer auch nur
345 einen Ausschnitt aus der Wirklichkeit also
346 muss diese Wirklichkeit eingeordnet werden.
347 LH: Könnten Sie mir vielleicht kurz noch den
348 Ablauf, also wie es vom Fremdmaterial zur
349 Sendung kommt, erklären?
350 GG: Das Material kommt in der Abteilung im
351 oberen Stock, physisch sag ich jetzt, an. Das
352 sind Files, heute auch schon, die werden von
353 einer eigenen Abteilung, die heißt
354 Newsgathering oder zum operations Desk, die
355 werden angeschaut, in eine Themenliste
356 eingetragen, zu Themen gruppiert eben, ja,
357 wir Redakteure können das, diese
358 Themenliste anschauen in den Sendungen
359 werden Vorschläge gemacht für Geschichten.
360 Die wichtigsten Themen werden eben dann
361 als Geschichten in der „ZiB“ präsentiert, also
362 diese Files, die wir anschauen in den
363 Schneideraum schicken als Files und in den
364 Schneideraum werden sie dann geschnitten
365 als Geschichten. Jede Geschichte wird in den
366 aller meisten Fällen aus mehreren Files aus
367 mehreren Stories geschnitten, weil du
368 brauchst aus diesem einen Teil und aus
369 jenem einen Teil und so weiter und dann wird
370 die Geschichte geschnitten. Sie wird gelesen,

371 geschaltet, im Schneideraum mit dem
372 Redakteur wird dann vom Chef vom Dienst
373 der jeweiligen Sendung abgenommen und
374 wird auf dem Sendespeicher transferiert und
375 von dort geht sie dann auf Sendung. Und, und
376 die besten Beiträge gehen dann auch ins
377 Archiv, weil man dann diese Beiträge
378 verwenden kann.
379 LH: Ähm und auf wen fällt das zurück, also
380 die Entscheidung, ob das gesendet wird oder
381 nicht?
382 GG: Das hängt davon ab, ob das ein Thema
383 ist. In den Redaktionskonferenzen wird
384 besprochen, was ein Thema ist, ah, was
385 heute auf Sendung geht, was heute größer
386 gespielt wird, was heute nur im Block gespielt
387 wird und entsprechend gestalten sich die
388 Sendungslisten und entsprechend muss dann
389 der jeweilige Redakteur, der das Thema
390 aufgefasst hat, in seinen Beitrag gestalten
391 und da vergleicht er dann natürlich auch wie
392 die unterschiedlichen Rohmaterialien also die
393 Files um zu sehen wo sind die stärksten
394 Bilder, wo sind die Stories. Hinter den
395 Geschichten sind ja nicht die von Bildern,
396 sondern vor allen Dingen auch, weil es
397 Nachrichtengeschichten sind. Wir gehen ja
398 davon aus, wie ist die Nachrichtenlage? Wie
399 kann ich die Nachrichtenlage mit dem mir zur
400 Verfügung stehenden Bildmaterial am besten
401 transportieren? , ja.
402 LH: Meine letzte Frage wäre dann, wenn jetzt
403 doch was falsches ausgestrahlt wird, ähm,
404 wenn ich das so salopp ausformulieren kann,
405 wer kriegt dann was auf den Deckel?
406 GG: Ja dann geht, das ist eine ganze Kette,
407 ja. Dann wird einmal zunächst erst
408 festgestellt: Wie konnte das passieren? Was
409 war die Ursache? Gab es zum Beispiel zu
410 dem Bildmaterial absolut falsche
411 Informationen? Gab es falsche Meldungen?
412 Wurde vielleicht zu schnell ein vermeidlicher
413 Bombenanschlag falsch eingeschätzt? Aber
414 wie gesagt, wir versuchen immer so schnell
415 wie möglich, aber nicht zu schnell auf
416 Sendung zu gehen. Sodass wir auf jeden Fall
417 die Dinge überprüfen können, aber es gibt
418 dann schon Konsequenzen insofern also es
419 macht hier niemand mutwillig etwas. Also wer
420 für die „ZiB“ arbeitet ist dann schon ein

421 avancierter Redakteur. Es gibt dann ein
 422 Gespräch mit dem Ressortleiter oder dem
 423 Chefredakteur oder der Vorfall wird vielleicht
 424 in der Redaktionskonferenz besprochen,
 425 sodass dann gleich alle daraus eine Lehre
 426 ziehen können. Ja, also dass wir dann alle
 427 daraus lernen zum Beispiel. LH: Wird das
 428 Gesicht eines jugendlichen Täters verhüllt,
 429 gepixelt oder gezeigt? Oder was machen wir,
 430 wenn die Kronen Zeitung das eh schon
 431 herzeigt unverpixelt. Das stellt sich der ORF
 432 dann. Wie sind hier die Dinge? Und so weiter
 433 und so fort.

434 LH: Welche ganzen Richtlinien fallen jetzt auf
 435 diese Fremdquellen zu, also ähm, Qualität,
 436 Bedingungen?
 437 GG: Wahrhaftigkeit, Richtigkeit, technische
 438 Qualität, inhaltliche Qualität und die Rechte
 439 natürlich also haben wir die Rechte überhaupt
 440 für dieses Material. Ja.
 441 LH: Noch eine Frage also könnte ich falls ich
 442 noch Fragen habe...
 443 GG: Ja! Bitte rufen Sie mich an.
 444 LH: Danke!

Name: Waltraud Langer (abk. WL)

Beruf: Infochefin ORF1 und stellvertretende Chefredakteurin

Datum: 27.04.2010

1 LH: Ähm, ich will zunächst einmal wissen,
 2 können Sie mir den Verlauf schildern vom
 3 Fremdmaterial rein in ihre Sendung? Also
 4 welcher Prozess geht da vor?
 5 WL: Naja, wir bekommen, wir haben ja
 6 verschiedene Nachrichtenagenturen, die wir
 7 jetzt quasi abonniert haben, für die wir
 8 bezahlen und ah das wird dann immer wieder
 9 vom Monitoring angeschaut. Dann können die
 10 Redakteure darauf zugreifen. Sie können sich
 11 auch anschauen welches Agenturmaterial
 12 haben wir. Was gibt's da. Was können wir von
 13 den aktuellen Geschichten bebildern. Es gibt
 14 manchmal auch Ereignisse da haben wir
 15 überhaupt keine Bilder zum Beispiel da am
 16 Anfang von diesem Erdbeben in China. Das
 17 war sehr abgelegen. Da gabs nur ganz wenig
 18 Bilder. Da sind wir natürlich froh, wenn wir
 19 dann von internationalen
 20 Nachrichtenagenturen etwas bekommen.
 21 LH: Und gibt es Richtlinien oder
 22 Gesetzesbestimmungen, an die Sie sich
 23 halten müssen beim Umgang mit
 24 Fremdmaterial?
 25 WL: Na, eigentlich nur das wir eben das
 26 Material, das wir gekauft haben, steht so zu
 27 sagen uns frei zur Verfügung. Aber wir
 28 können jetzt nicht irgendwas spielen von
 29 anderen Stationen. Das muss man vorher

30 klären. Da muss man Rechte verhandeln.
 31 Dass wir das Recht haben dieses Material zu
 32 spielen. Wenn RTL oder SAT1 jetzt ein
 33 Material haben, das wir jetzt nicht haben,
 34 dann müssen wir mit denen einen Vertrag
 35 aushandeln und umgekehrt ist es natürlich
 36 auch so. Also zum Beispiel wie Natasha
 37 Kampusch gefunden worden ist, wollten
 38 natürlich alle anderen Stationen auch Material
 39 von uns und das wird dann halt verhandelt
 40 und dafür gibt es die Rechtsabteilung dann
 41 auch.
 42 LH: Und welches Fremdmaterial verwenden
 43 Sie?
 44 WL: Da hat Ihnen sicher schon die Gudrun
 45 Gutt alles genau sagen können. Also welche
 46 Agenturen wir jetzt genau unter Vertrag
 47 haben, das weiß sie am besten. Die
 48 Außenpolitik natürlich, das wissen die von der
 49 Außenpolitik am besten. Weil ich verhandle
 50 das nicht. Das ist nicht mein Bereich.
 51 LH: Ja, aber es geht ja auch nicht um die
 52 herkömmlichen Fremdmaterialien, verwendet
 53 die von den Agenturen kommen. Es gibt dann
 54 auch die Youtube-Videos
 55 WL: Achso das meinen Sie. Nagut also da
 56 gibt's natürlich auch bestimmte Auflagen. Da
 57 ist es natürlich auch besser, dass Sie mit
 58 jemandem sprechen, der diese Rechte

59 verhandelt. Aber wenn wir Youtube zeigen,
60 dann müssen wir quasi auch immer zeigen,
61 dass es Youtube-Material ist. Wir können uns
62 das jetzt nicht einfach nehmen, sondern dann
63 muss auch gezeigt werden, dass das
64 Youtube-Material ist, ja. Und das wir quasi
65 dann, wenn wir so was senden, dann wird
66 auch der ganze Ausschnitt gezeigt, damit es
67 klar ist, dass ist auf Youtube gestellt worden
68 und wird von dort verwendet.

69 LH: Ähm, wissen Sie so ungefähr auf wie viel
70 Prozent so ungefähr aus wie viel Prozent die
71 Nachrichtensendung aus Fremdmaterial und
72 selbst gedrehtem Material besteht?

73 WL: Nein, da bin ich wahrscheinlich die
74 falsche Ansprechperson dafür. Da kann ich
75 Ihnen leider überhaupt nicht helfen.

76 LH: Wissen Sie nach was Fremdmaterial
77 geprüft wird, bevor es in die Sendung kommt?

78 WL: Wenn es Agenturmaterial ist, dann
79 müssen wir uns darauf verlassen, dass es
80 echtes Material ist und sonst verwenden wir
81 eh fast nichts. Also wir werden jetzt dann
82 irgendwann anfangen mit dem Thema
83 Videoreporter. Da werden wir Zuschauer
84 einladen uns Videomaterial zu schicken. Aber
85 die müssen sich alle registrieren lassen dann
86 auf Insider@orf.at aber das ist jetzt noch zu
87 früh. Das wurde noch nicht publik gemacht.
88 Ich hoffe sehr, das wird in den nächsten
89 Wochen der Fall sein. Aber da würden wir nur
90 Material verwenden von Menschen die bei
91 uns registriert sind. Also nicht einfach wo wir
92 nicht wissen können ist das jetzt ein Fake
93 oder nicht. Weil wir müssen natürlich sehr
94 darauf achten das was wir zeigen irgendwie
95 hinterlegt ist.

96 LH: Und Sie sollen sich registrieren weil?

97 WL: Damit wir wissen vom wem haben wir
98 das Material damit wir wissen wir müssen auf
99 jemanden zurückgreifen.

100 LH: Das folgt dem BBC Beispiel?

101 WL: Ja, CNN, BBC...ch weiß nicht wie das
102 bei ihnen heißt aber bei den Schweizern heißt
103 das Augenzeuge. Das ist jetzt etwas, das hier
104 noch nicht so bekannt ist, aber das werden
105 wir schon bald machen.

106 LH: Können Sie mir sagen welche Anbieter
107 Sie überhaupt nicht verwenden in Ihrer

108 Sendung oder mit welchen Sie schlechte
109 Erfahrungen gemacht haben?

110 WL: Da bin ich wirklich der falsche
111 Ansprechpartner, da müssen Sie mit der
112 Außenpolitik reden oder der Gudrun Gutt, weil
113 die, die arbeiten wirklich jeden Tag mit diesem
114 Material. Das kann ich Ihnen leider nicht
115 sagen. Da kann ich Ihnen gar nicht helfen.
116 Das ist für mich zu weit weg. Die Gudrun Gutt
117 der Arnold ...

118 LH: Ähm, dann vielleicht können Sie die
119 Frage beantworten und zwar: Wer ist den
120 verantwortlich dafür also wenn jetzt ein
121 problematisches Material ausgestrahlt werden
122 soll?

123 WL: Na was verstehen Sie unter
124 problematisch zum Beispiel?

125 LH: Ähm, also beispielsweise aus
126 Krisenregionen inszeniertes Material.

127 WL: Iran zum Beispiel?

128 LH: Ja!

129 WL: Naja, also bei Iran zum Beispiel weiß
130 man ja zum Teil wirklich nicht, ah es ist
131 schwierig natürlich, wie glaubwürdig das ist,
132 aber wir machen es dann so, dass wir es
133 ausschildern und wir das in der Sendung
134 sagen „Dieses Material haben wir so und so
135 bekommen wir können es nicht überprüfen.“.
136 Aber es geht auch nicht, dass man es jetzt
137 nicht herzeigt, wenn das in einer politisch
138 brisanten Lage ist. Es gibt inzwischen auch
139 andere Quellen als die staatlichen Stellen,
140 dass man Fernsehmaterial bekommt, aber ich
141 glaub man muss es unbedingt ausschildern.
142 Also man muss dazu sagen, dass sind Video,
143 privates Videomaterial, dass es eben auf
144 Youtube gestellt worden ist und dass wir nicht
145 wirklich überprüfen können, ob das wirklich
146 der Realität entspricht. Aber es wäre, glaube
147 ich, auch falsch, wenn man das Material gar
148 nicht zeigen würde, weil eben in Staaten, wo
149 der Staat sehr stark ist und wo ah, es quasi
150 landesintern zu Revolutionen oder zu
151 Umbrüchen kommt, davon leben wir
152 inzwischen zum Teil, dass man eben auch
153 solches Material bekommen von mutigen
154 Menschen, die das eben machen. Ja.

155 LH: Man kann bei diesen Youtube-Videos
156 eben auch bei der Protestaktion in Iran, kann
157 man nie wissen wann das gedreht wurde.

158 WL: Richtig. Das ist auch das Problem dabei.
 159 Es ist extrem problematisch, ja aber
 160 manchmal ist es die einzige Quelle, die wir
 161 zur Verfügung haben von Staaten die sehr
 162 autoritär geführt werden.
 163 LH: Wie könnte man, wie gelangt das dann zu
 164 uns. Ich meine die Youtube-Bilder haben Sie
 165 eine Station wo nur Youtube-Bilder
 166 raussucht?
 167 WL: Die werden dann durchgeschaut...
 168 LH: Das heißt in der Anmoderation oder im
 169 Nachspann wird meistens auf die Quelle
 170 verwiesen?
 171 WL: Oder während Beitrag, also daran kann
 172 ich mich konkret erinnern, dass damals mit
 173 dem Iran gemacht, wo die Revolution war
 174 wurde das gesagt weil... es ist natürlich
 175 schwer zu sagen wie aktuell ist das Material,
 176 wie Glaubwürdig ist das alles. Das ist leider
 177 auch sehr schwer.
 178 LH: Dann wollte ich Sie noch fragen, können
 179 Sie sich vielleicht an einen konkreten Fall
 180 erinnern, wo sich im Nachhinein
 181 herausgestellt wurde, dass es falsches
 182 Videomaterial war bzw. es wurde extra für
 183 den Zweck inszeniert?
 184 WL: Ah, ich kann mich jetzt nur an dieses
 185 berühmte Foto erinnern, World Trade Center,
 186 wo der steht oben und dann kracht das alles
 187 zusammen. Man sieht dann das Flugzeug. Er
 188 steht dort oben im Aussichtsturm, hinten sieht
 189 man schon das Flugzeug, das dann rein
 190 krachen wird und das war einer der
 191 berühmtesten Fakes, glaube ich, die es je
 192 gegeben hat. Weil das ist natürlich auch
 193 manipuliert. Das er ein Foto macht und noch
 194 ein Flugzeug rein stellt, das ist natürlich eine
 195 Manipulation....
 196 LH: Gab es denn auch Fälle wo Sie das
 197 vorher gezeigt haben?
 198 WL: Da kann ich mich jetzt nicht erinnern,
 199 dass wir da und Gott sei dank muss ich
 200 sagen, dass wir da einmal auf etwas
 201 hineingefallen wären, wo sich dann das
 202 herausgestellt hat. Da sind wir auch sehr
 203 vorsichtig, dass wenn wir nicht wirklich
 204 wissen, dass es glaubwürdig ist also da bin
 205 ich auch eher dafür, darauf zu verzichten als
 206 etwas auf Sendung zu bringen, wo wir das
 207 Gefühl haben da stimmt was nicht. Also da ist

208 Vorsicht immer besser als unbedingt etwas
 209 auf Sendung zu bringen, auf die Gefahr hin,
 210 dass etwas falsch ist. Weil das schadet der
 211 Glaubwürdigkeit natürlich.
 212 LH: Ja das ist klar und wie würden Sie mit so
 213 einem Fall umgehen?
 214 WL: Da müssten wir jetzt einen konkreten Fall
 215 haben, habe ich jetzt auswendig nicht.
 216 LH: Ähm, mir fällt da gerade ein, das ist jetzt
 217 einige Jahre her, das war in den
 218 Palästinensergebieten. Da haben sie Leichen
 219 angeschafft um die Zahl zu erhöhen, die
 220 Todeszahl. Es ist mir einfach nicht bekannt ob
 221 es dann einen Nachruf oder irgendwas war.
 222 WL: Aber das ist prinzipiell das Problem,
 223 wenn wir kriegerische Konflikte haben oder
 224 eben zwischen zwei Staaten. Dass es da
 225 schwere Auseinandersetzungen, kriegerische
 226 Aktionen gibt.... Es ist sehr, sehr schwer
 227 festzustellen, wie groß war das jetzt wirklich
 228 dieses Ereignis, kriegen wir Bilder die das
 229 übertreiben oder kriegen wir Bilder, die das
 230 untertreiben. Das kann natürlich genau so
 231 sein, dass wir von irgendwelchen
 232 Auseinandersetzungen Bilder haben, wo man
 233 sich denkt „na so schlimm war das doch gar
 234 nicht“, weil wir das, was wirklich passiert
 235 ist... Wir leben halt von den Bildern, die wir zur
 236 Verfügung gestellt bekommen haben und wir
 237 versuchen dann auch Einsätzungen von
 238 Menschen zu bekommen, die vor Ort sind, die
 239 selber eine Wahrnehmung haben, aber ich
 240 schließe nicht aus, dass es immer wieder
 241 Beispiele gibt, dass wir etwas nicht ganz
 242 richtig einschätzen konnten. Einfach weil wir
 243 nicht mehr Informationen zur Verfügung
 244 hatten..
 245 LH: Ähm, gibt es dann eine Nachbereitung
 246 nach solchen Fällen?
 247 WL: Ja, also das machen wir dann schon,
 248 dass wir in der „ZiB2“ versuchen das kritisch
 249 zu berichten und dass wir dann sagen,
 250 damals hatten wir diesen und diesen
 251 Informationsstand. Jetzt gibt es immer mehr
 252 Kritik an dem, was da war und es gibt auch
 253 andere Meinungen dazu. Also versuchen
 254 dann schon auch dem Thema nachzugehen.
 255 LH: Wie kann man Ihrer Meinung nach
 256 seriöses von fragwürdigem Material
 257 unterscheiden?

258 WL: Das eine ist Erfahrung, dass man nicht
 259 mehr so schnell auf etwas hineinfällt. Das
 260 heißt Vorsicht, dass man nicht alles glaubt,
 261 was man serviert bekommt, dass man
 262 versucht nicht zu übertreiben, aber
 263 ausschließen kann man nie etwas, ja.
 264 LH: Würden Sie sich irgendwie Richtlinien
 265 oder Gesetzesbestimmungen wünschen, die
 266 den Umgang regeln mit allem Fremdmaterial?
 267 Also jetzt nicht nur Agentur sondern auch
 268 Youtube-Material?
 269 WL: Ich halte nicht viel, wir müssen als
 270 Journalisten versuchen seriös zu sein, wie es
 271 nur irgendwie geht. Das ist unser eigener
 272 Stellenwert. Weil wenn wir
 273 Fehleinschätzungen bringen, dann straft uns
 274 das Publikum, das ist für uns schlimmer als
 275 jede Strafe, die von einem Staat verhängt
 276 werden kann, weil das Publikum, wenn wir
 277 nicht mehr glaubwürdig sind, mit unseren
 278 Nachrichten für unser Publikum, dann werden
 279 sie unsere Nachrichten einfach nicht mehr
 280 schauen. Also quasi es muss einfach in
 281 unserem Interesse sein, dass wir objektiv
 282 berichten, dass wir verlässlich berichten,
 283 seriös wie es nur irgendwie geht. Das wir
 284 nicht wegschauen, wenn irgendwas ist, dass
 285 wir hinschauen. Ich glaube nicht, also man
 286 muss nicht für alles gesetzliche Regelungen
 287 haben. Spontan muss ich jetzt sagen, halt ich
 288 jetzt nichts, da wär ich nicht dafür. Es gibt ja
 289 bei uns, was weiß ich, es gibt ja auch
 290 Bestimmungen. Es gibt ja auch Möglichkeiten,
 291 die das entscheiden, wie den
 292 Bundeskommunikationssenat,
 293 Verwaltungsverfahren, an die man sich
 294 wenden kann wenn man sich beschweren will.

295 LH: Aber prinzipiell gibt es keine Richtlinien,
 296 die das regeln?
 297 WL: Naja was wär des, was würden Sie sich
 298 darunter Vorstellen?
 299 LH: Den Umgang mit dem Material. Welches
 300 Material genommen werden darf und welches
 301 nicht.
 302 WL: Ja, aber wir obliegen sowieso der
 303 journalistischen Sorgfaltspflicht. Wir sind
 304 verpflichtet dazu. Das ist sowieso ein
 305 Kriterium. Es ist ja auch vom Rundfunkgesetz
 306 oder so, die journalistische Sorgfaltspflicht ist
 307 auch medienrechtlich sehr zentral.
 308 LH: Ähm, wissen Sie weshalb, ähm, wie soll
 309 ich das jetzt sagen, diese Fehlinformation wie
 310 das passiert, also durch das Fremdmaterial?
 311 Ist es nur, dass Journalisten zu vorschnell
 312 agieren oder?
 313 WL: Also wir müssen immer über konkrete
 314 Beispiele reden.
 315 LH: Eben dieses Bild vom World Trade
 316 Center, wie konnte das passieren, dass das
 317 so schnell publik wurde?
 318 WL: Naja, an sich war das dann auch eine
 319 Internetgeschichte. Das ist dann auch sofort
 320 im Internet überall gewesen und jeder hat
 321 sichs angeschaut. „Wow, wahnsinn“ und was
 322 weiß ich. Ich glaube nicht, dass es tatsächlich
 323 jemand hergezeigt hat. Oder ob, dass
 324 tatsächlich etwas war, dass dann im Internet
 325 die Runde gemacht hat, wie halt im Internet
 326 gewisse Sachen, wie ein Laubfeuer,
 327 herumgereicht werden. Das heißt aber noch
 328 lange nicht, dass das eine Fernsehstation
 329 hergezeigt hat.
 330 LH: Dann danke ich.
 331 WL: Ja wenn Sie noch Fragen haben, dann
 332 schicken Sie es mir.

Name: Alexander Millecker (abk. AM)
Beruf: Nachrichtenchef „ATV-Aktuell“
Datum: 27.04.2010

1 LH: Dann würd ich gleich, die erste Frage
 2 wäre, ähm könnten Sie uns vielleicht den
 3 Prozess beschreiben, wie es denn dazu
 4 kommt, vom Fremdmaterial in Ihre
 5 Nachrichtensendung?

6 AM: Naja, ähm, das sind natürlich
 7 unterschiedliche Prozesse. Ich mein wir
 8 haben in der Früh eine Redaktionskonferenz,
 9 dann gibt es mal grundsätzlich die
 10 Möglichkeit, wenn man sagt das ist eine

11 österreichische Geschichte. Wir drehen es
12 selbst oder das hat jemand gedreht schon
13 oder es ist eine internationale Geschichte.
14 Wenn es eine internationale Geschichte ist,
15 dann greifen wir im Großen und Ganzen auf
16 zwei Quellen zu. Das eine ist AP also
17 Associated Press Television Network und das
18 andere ist EBS Europe by Satellit von der EU-
19 Kommission. Das sind in erster Linie EU-
20 Themen. Hin und wieder, in unterschiedlicher
21 Häufigkeit verwenden wir auch andere
22 internationale Quellen. Sei es jetzt Reuters,
23 sei es die EBU- Geschichte also Eurovision
24 oder auch andere Sender. Ich würde sagen
25 der häufigste internationale Partner der
26 anderen Sender ist wahrscheinlich RTL. Also
27 Geschichten aus Deutschland, aber auch
28 internationale Geschichten sind dort gekauft
29 worden, also von RTL. Fallweise ist es dann
30 irgendein anderer Sender wenns ne
31 europäische oder ne internationale
32 Geschichte, wo man sagt, die haben das
33 Material dazu. Überlege nur kurz, aber ich
34 glaub mit einem schweizer Sender einen
35 Materialaustausch gemacht. Das heißt, es ist
36 ganz unterschiedlich für die Nachrichten. Für
37 andere Bereiche ist es dann projektbezogen.
38 Also wenn ich dran denke, wir hatten letztes
39 Jahr eine Doku produziert zum Fall Fritzl in
40 Amstetten und haben dabei beispielsweise
41 eine Koproduktion mit einer englischen, mit
42 einer englischen Produktionsfirma gemacht.
43 Das heißt da haben wir auch Material von
44 denen gehabt und die haben das von uns
45 gekauft.
46 LH: Mit einer Englischen?
47 AM: Hm, ja glaub aba net bei dem Thema.
48 Die waren sehr lange in Österreich auf
49 Recherche und Dreh. Die haben viel Material
50 auch aus Deutschland also das ist ganz
51 unterschiedlich. Die häufigsten Quellen sind
52 APTN und EBS und ähm, ja dann gibt's
53 natürlich, da kaufen wir ganz, ganz selten
54 vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Das sind
55 ja meistens chronikale Geschichten. Zum
56 Beispiel ein schwerer Unfall oder sonst was.
57 Wo jetzt genau eine Kamera dort war und der
58 hat das vielleicht gleich an den ORF
59 weiterverkauft oder so. Dann würden wir auch
60 dem ORF die Lizenzrechte abnehmen. Also,

61 das ist es dann im Großen und Ganzen. Wir
62 haben natürlich dann aufs ganze
63 Bundesgebiet verteilt, Kamerateams, die jetzt
64 keine direkten ATV-Mitarbeiter san, aber die
65 freie Produzenten sind. Die haben wir
66 entweder engagiert oder die uns einfach
67 anbieten. Das sind dann auch, wenn man so
68 will, weitere Quellen für Drehmaterial, das
69 jetzt direkt zu uns in die Sendung kommt.
70 LH: Und User Content also Youtube?
71 AM: User Generated Content ist tatsächlich
72 die Ausnahme, ist die absolute Ausnahme.
73 Natürlich haben wir Formate und hatten in der
74 Vergangenheit Formate wo wir UGC
75 eingesetzt haben. Ähm, das waren aber
76 spezielle Geschichten also Wahl-
77 Sondersendungen wo die Zuseher per Video
78 beispielsweise an die Spitzenkandidaten
79 fragen stellen konnten. Das ist, eigentlich ist
80 das stark zurückgegangen durch den Boom,
81 den die Social Media Netzwerke wie
82 Facebook und Twitter und Co. erfahren
83 haben. Ganz einfach deswegen, weil es
84 leichter ist und schneller ist für die Leute also
85 wir haben eine öffentliche
86 Diskussionssendung wo man sich beteiligen
87 kann. Zu der, natürlich können Sie Ihre Frage
88 dort auch per Video hochladen, aber schneller
89 geht's dann wenn Sie es twittern. Außerdem
90 sind dann die Leute auf Facebook anstatt
91 dann sich hinzusetzen mit der Webcam und
92 das Video hochzuladen also diese Form des
93 User Generated Content bewegt Bild, ist
94 kaum mehr vorhanden. Ah, und andere User
95 Generated Content, wenn jetzt keine Ahnung,
96 was könnt das sein, also jemand kommt bei
97 einem Unfall vorbei und filmt, das ist so gut
98 wie nie der Fall.
99 LH: Jetzt fallen mir grade spontan die Wahlen
100 im Iran ein.
101 AM: Da nehmen wir es schon, ja. Also da
102 haben wir, das ist aber auch ein Spezialfall
103 gewesen. Durch die Mediensperre ist auch
104 nichts anderes aus diesem Land raus
105 gekommen. Hier haben wir viel User
106 Generated Content genommen. Das ist
107 natürlich, dessen sind wir uns ganz klar
108 bewusst gewesen, schon auch ein bisschen
109 grenzwertig. Als ich das gesehen hab, wie
110 das begonnen hat im Fernsehen die ganzen

111 Proteste, da haben die Agenturen, die
112 klassischen Agenturen wie APA, aber auch
113 die Bildagenturen, aber auch die öffentlich-
114 rechtlichen Sender haben sehr, sehr lange
115 gebraucht bis überhaupt mal bewegte Bilder
116 On-Air gingen. Ich glaube einfach deswegen,
117 weil die Quellen nicht verifiziert werden
118 konnten. Aber da muss ich ganz offen sagen,
119 dass da wagen wir vielleicht dann ein bisschen
120 mehr und ich muss sagen, wenn ich auf
121 verschiedene regierungskritische Websites
122 aus dem Iran denselben Content, aber von
123 verschiedenen Menschen aufgezeichnet mit
124 einer Webcam, mit einer Handykamera oder
125 dann sage ich okay das ist realer Content, ja.
126 Verifizieren, das kann man net, weil das nicht
127 von einer Agentur angeboten wird, aber ich
128 glaub schau mir an, und wir haben das auch
129 dazu gesagt und das halte ich schon für
130 legitim, wenn man als Informationsprovider,
131 der man als Fernsehsender auch ist, daher
132 geht und sagt, das ist das Material, dass wir
133 von dort haben, wir können hier nicht
134 bestätigen, dass das alles so ist wie man es
135 hier zu sehen kriegt, aber wir sagen ihnen wo
136 her wir dieses Zeug haben. Die Zuseher
137 können sich dann ein Bild machen und ich
138 glaube, dass der umgekehrte Weg, darauf zu
139 warten bis aus dem Iran ein von Agentur
140 verifiziertes Material kommt. Ich weiß nicht,
141 keine Ahnung, was dann dort passiert wäre.
142 Also das, ich glaube schon das man da als
143 Journalist da einfach schon Mal das Risiko
144 eingehen muss.
145 LH: Was falsches eventuell zu zeigen?
146 AM: Ja.
147 LH: Ich mein, bei diesen Videos konnte man
148 nicht wissen, wann sie gedreht wurden und ob
149 sie inszeniert wurden, oder?
150 AM: Ja, natürlich, da haben Sie recht, da
151 haben Sie recht ganz sicher. Ähm, wenn ich
152 jetzt aber die Geschichte mit der jungen Frau,
153 den Name habe ich leider vergessen.
154 LH: Ja irgendwas mit N.
155 AM: Genau, war eine Ikone sozusagen, da
156 gab es auch von verschiedenen Quellen, aus
157 verschiedenen Blickwinkeln gedreht und da
158 muss ich, das glaub ich dann das Wagnis
159 eingehen und sagen, okay das ist jetzt, das ist
160 sozusagen Wasserdicht genug zum

161 herzeigen. Das hat jetzt niemand erfunden
162 oder so. Ist zwar ein Exkurs, aber da fällt mir
163 was ein um das zu veranschaulichen. Es gab
164 vor einigen Jahren eine große Diskussion um
165 die sogenannte Wehrmachtsausstellung. Die
166 Verbrechen der deutschen Wehrmacht zur
167 Zeit des zweiten Weltkriegs und exemplarisch
168 haben die Kritiker ein Bild hergenommen und
169 da hat man gesehen wo die
170 Wehrmachtsangehörige in einem Dorf in
171 Serbien glaube ich, die jüdische Bevölkerung
172 erschießt an einer Mauer. Und da gab es halt
173 als Beweis dieses Foto und die Forscher
174 haben sich dann hingesetzt und haben nur für
175 dieses eine Ereignis, ich weiß net was für eine
176 Anzahl von Fällen, Bilder und Filmmaterial
177 gefunden, aus verschiedenen Perspektiven
178 von den Soldaten selbst gefilmt, ja. Also das
179 kann man alles so nicht am ersten Bild
180 verifizieren. Aber man kann es deswegen net
181 verschweigen. Wenn wir nur die Nachrichten
182 bringen, die immer von der APA oder, von,
183 von der Agentur bestätigt worden sind, dann
184 wär ma relativ, ja, langsam im Geschäft. Und
185 gerade im Beispiel des Irans, glaube ich, hätte
186 dann das Regime wahrscheinlich Tage, wenn
187 nicht schon länger die Möglichkeit gehabt
188 ohne dem politischen Ausland, ohne den
189 internationalen Aufschrei sozusagen ihr Werk
190 dort zu vollziehen. Und deswegen also für uns
191 ist diese, diese User Generated Content-
192 Geschichte in solchen Bereichen ist sicher
193 wichtig geworden und wird auch immer
194 wichtiger. Es gibt auch harmlosere Beispiele.
195 Ich glaub, das war der Flieger, der im Hudson
196 River gelandet ist. Das war glaub ich zu erst
197 auf Twitter.
198 LH: Echt?
199 AM: Mh, ja ich glaub, das war zuerst auf
200 Twitter und es ging in Wirklichkeit ohne dem
201 auch aber man wird langsamer
202 LH: Aber man kanns besser bebildern?
203 AM: Klar.
204 LH: Gibt es da irgendwelche Richtlinien, an
205 die man sich halten muss, wenn man mit
206 Fremdmaterial arbeitet?
207 AM: Naja, ah.
208 LH: Richtlinien und gesetzliche Guidelines
209 und keine Ahnung?

210 AM: Naja.....Urheberrecht betreffen ...das ist
 211 dann net das Problem. Man bekommt von
 212 einer Agentur die, da stehen Verträge
 213 fest...welches Material wir jetzt verwenden
 214 dürfen, aber das ist auch relativ genau
 215 geregelt. Beispielsweise, ob wir Sachen auch
 216 Online verwenden oder nur ein Teil Online
 217 verwenden dürfen. Das dürf ma nicht bei
 218 jedem Material...Wenn jetzt aber
 219 Beispielsweise der ORF, wenn in Österreich
 220 was passiert, was von internationalem
 221 Interesse ist und der ORF...dann würden
 222 wahrscheinlich Rechte in Österreich
 223 eingeschränkt werden. Aber da es meistens
 224 internationales Material ist, sind wir von
 225 diesen Beschränkungen nicht betroffen.
 226 LH: Und in der Redaktion selbst an sich, bei
 227 der Auswahl von Fremdmaterial gibt es da
 228 eigentlich Kriterien?
 229 AM: Naja die grundsätzlich redaktionellen
 230 Kriterien, die entscheiden wir bei der
 231 Redaktionskonferenz, welche sind
 232 entscheidend, welche Geschichten kommen
 233 in die Sendung und dann schaut man sich
 234 natürlich das an, was gibt's in der Agentur für
 235 Bildmaterial. Manchmal muss man
 236 internationale Geschichten auch sein lassen,
 237 weil man kein Bildmaterial hat.
 238 LH: Und was passiert mit strittigem Material
 239 wo man sich dann nicht so sicher ist?
 240 AM: Was verstehen Sie unter strittig?
 241 LH: Ähm, strittig in der Form, man weiß nichts
 242 wirklich von dem Ursprung der Quelle, ob es
 243 wahr ist, inszeniert.
 244 AM: Naja, man muss es natürlich abwägen
 245 und klären, ob wie gesagt, wenn das Material
 246 aus der Agentur kommt, außer man war jetzt
 247 live dabei. Sie können, man kann nicht
 248 garantieren den Urheber dieses Filmmaterials
 249 zuvor, okay wir nehmen es oder net.... Das ist
 250 dann nicht der Fall, wenn man auf
 251 Agenturmaterial zurückgreift.
 252 LH: Ähm, wie prüft man denn das
 253 Fremdmaterial auf ihre Richtigkeit? Gibt's da
 254 irgendwie Kriterien, ich weiß nicht?
 255 AM: Naja, wenn überprüf ma. Ich mein man
 256 kann nicht jede APA-Meldung
 257 nachrecherchieren. Das geht nicht.
 258 LH: Und die anderen Sachen?

259 AM: Was meinen Sie jetzt von der DPA oder
 260 von der Agence France Press. Gut, in
 261 gewisser Weise muss man sich da schon auf
 262 die der Kollegen und Kolleginnen darauf
 263 verlassen können. Das gilt natürlich bei
 264 internationalen Geschichten schon, also das
 265 setze ich jetzt auch voraus das machen ich
 266 und meine Redakteurinnen. Wenn ich jetzt
 267 sag okay Beitrag USA oder was auch immer,
 268 da ist jetzt natürlich die AP nicht die einzige
 269 Quelle, die man sich anschaut. Da nimmt man
 270 das kritische Material her....in ihren Quellen
 271 die ich überprüfen kann, wenn ich dann seh,
 272 ich weiß net die Opferzahl beim Tornado im
 273 AP-Skript ist so hoch und in der lokalen
 274 Zeitung vor Ort ist sie so hoch. Ähm, dann
 275 muss ich mich irgendwann dann entscheiden,
 276 welche Zahl ist die realistische. Da gibt's eben
 277 dann die Möglichkeit, dass man da
 278 nachrecherchiert, ein Anruf und sich von
 279 offizieller Stelle bestätigen lassen, ob das
 280 dann auch tatsächlich die richtige Zahl ist.
 281 Also.... Es stimmt ja nicht so alles zu hundert
 282 Prozent, was die Agenturen verbreiten.
 283 LH: Was würden Sie dann als
 284 vertrauenswürdige Quelle nennen, für Sie?
 285 AM: Na prinzipiell, prinzipiell all die, diese
 286 Austria Presse Agentur und auch die anderen
 287 Agenturen gelten schon als vertrauenswürdig,
 288 das ist klar, also davon müssen wir auch
 289 ausgehen können. Aber ...
 290 LH: Nein?
 291 AM: Aber man weiß halt, dass man wenn man
 292 gewisse Zeitungen aufschlägt, dass man
 293 vielleicht nicht jedes Wort da drinnen für bare
 294 Münze nehmen kann. Und es ist auch so.
 295 Natürlich kommen die Kollegen in den
 296 Redaktionssitzungen auch mit Vorschlägen
 297 für Beiträge, die aus anderen Medien
 298 kommen. Aus Printmedien in erster Linie und
 299 da weiß man halt schon bei manchen, okay
 300 das recherchiert man jetzt nach und da kann
 301 man sich sicher sein, dass zirka die Hälfte
 302 davon stimmt, wenn überhaupt. Aber bei den
 303 Agenturen, das sind seriöse, seriöse Berichte.
 304 Davon kann man schon ausgehen.
 305 LH: Haben Sie schon schlechte Erfahrungen
 306 also jetzt nicht mit denen die
 307 vertrauenswürdig sind, also einfach schlechte

308 Erfahrungen mit Quellen gemacht? Und wo
 309 würden Sie abraten mit denen mitzuarbeiten?
 310 AM: Abraten net, ich denk mir, man muss
 311 alles was, also wenn jetzt Material vom
 312 staatlichen chinesischen Fernsehen oder vom
 313 staatlichen iranischen Fernsehen, dann ist es
 314 natürlich mit entsprechender Vorsicht zu
 315 genießen... Das ist dann schon immer von
 316 Land zu Land natürlich unterschiedlich zu
 317 bewerten. In gewissen Ländern da existiert
 318 keine freie Presse und deswegen, muss ich
 319 dann auch das Material, das von dort
 320 herkommt, ja entsprechend klar den Blick
 321 darauf dann auch haben. Das ist auch
 322 Tatsache. Aber schlechte Erfahrungen sind
 323 eher bei anderen Medien, wie gesagt, wenn
 324 man manche Artikel mancher Zeitungen, dann
 325 nachrecherchiert und sich denkt, okay das ist
 326 a guter, a guter Beitrag, an sich
 327 aufgreifenswert und wenn man dann
 328 nachrecherchiert und dann kommt man drauf,
 329 okay na gut, was soll das denn, aber diese
 330 Erfahrung macht man ständig. Aber das ist ja
 331 auch normal. Das setzt ja auch voraus, dass
 332 niemand sozusagen unüberprüfte Beiträge
 333 einfach übernimmt von anderen Sendern oder
 334 von anderen Medien. Wenn's jetzt Agenturen
 335 und auch bei der APA, wenn ich jetzt schau,
 336 wenn ich die APA-Meldung hab „Burkaverbot
 337 ohne Wenn und Aber“ gut, dann geh ich jetzt
 338 davon aus, dass das jetzt stimmt. Da geh ich
 339 davon aus, dass der APA-Redakteur, okay
 340 das ist jetzt eine OTS-Meldung, aber hier
 341 „Burkaverbot auch für Faymann denkbar“. Da
 342 geh ich jetzt davon aus, dass irgendjemand
 343 den Herrn Bundeskanzler gefragt haben wird,
 344 wie der das sagt, glaubt er... das rechte
 345 Foyer. Trotzdem muss ich als Journalist mich
 346 ans Telefon setzen und die Pressesprecherin,
 347 die Frau Feigel, anrufen und fragen, sag hat
 348 er das wirklich so gesagt und meint er das
 349 auch so und wie stellt er sich das vor und so
 350 weiter. Ja klar muss ich eine Agenturmeldung,
 351 auch wenn ich damit weitermachen will, muss
 352 ich die a überprüfen. Und wie gesagt, bei uns
 353 kommt da noch dazu, uns liegt zwar eine
 354 Meldung vor, sondern wir brauchen ja dann
 355 auch einen Interviewpartner et cetera und da
 356 kommt es schon zwangsläufig eigentlich zur
 357 Überprüfung des Inhalts. Weil ...wenn ich jetzt

358 aber wie gesagt die Überprüfung passiert
 359 automatisch.
 360 LH: Also gibt es keine Quellen, von denen Sie
 361 grundsätzlich abraten würden?
 362 AM: Naja, gut, abraten im Sinne von, was
 363 meinen Sie mit abraten, die darf ich mir auf
 364 keinen Fall anschauen? Na, also prinzipiell
 365 werd ich alles anschauen. Sollte man auch.
 366 Na überall wo OTS dabei steht und darunter
 367 Pressedienst sozial-demokratische Partei,
 368 Freiheitliche, Volkspartei. Da können Sie
 369 davon ausgehen, dass das die Parteimeinung
 370 ist. Ähm, dass das jetzt nicht die eine
 371 Wahrheit sein muss, aber das gehört zum
 372 Selbstverständnis des Journalismus dazu,
 373 dass man sowas auch hinterfragt und
 374 überprüft. Aber davon rate ich nicht ab, das
 375 Gegenteil ...Grenzen haben, dass das breit
 376 aufgestellt ist und hier „Open Minded“
 377 ermöglicht wird. Grad diese neuen Quellen.
 378 Auch die in den letzten Jahren immer wieder
 379 wie User Generated Content und Social
 380 Media und das ganze Zeug, ja. Dass man
 381 eben net nur wie Früher vorm Schirm vor der
 382 APA sitzt. Aber es wird viel mehr...
 383 LH: Ähm, ähm, fällt Ihnen vielleicht noch ein,
 384 ist es mal passiert, dass was falsches auf
 385 Sendung gegangen ist, also was sich im
 386 Nachhinein dann als was falsches
 387 herausgestellt hat?
 388 AM: Ähm, ja natürlich ähm. Hier ist es mir
 389 noch nicht passiert, vielleicht Kleinigkeiten
 390 ganz sicher, aber ich habe schon bei einem
 391 Sender gearbeitet, da kam über die APA eine
 392 Blaue, also eine Vorrangsmeldung. Eine
 393 Eilmeldung wo gestanden ist, kennen Sie wie
 394 des aussieht, da ist jetzt noch ka Meldung drin
 395 gestanden, da steht nur die Titelzeile also ein
 396 Sterndal – eilt – Arafat - tot. Und der damalige
 397 Chefredakteur hat gesagt, das muss sofort
 398 auf Sendung, na sollt ma net warten bis a
 399 Meldung dazu auch noch da ist? Irgendwer
 400 bestätigt? Ne, das muss sofort auf Sendung,
 401 war dann auch auf Sendung. Das war dann
 402 net so, er hat zwar net mehr lang gelebt, aber
 403 er hat zu dem Zeitpunkt noch gelebt. Ja,
 404 manchmal lässt man sich vielleicht von der
 405 Schnellebigkeit des Geschäfts verleiten, aber
 406 das wär vielleicht genau so gut, wenn die
 407 Meldung „Arafat ist Tot, drei Minuten später

408 auf Sendung gewesen wär. Weil dann hätt es
 409 einfach gestimmt. So war es ne
 410 Falschmeldung. Ich glaube schon, dass
 411 Kleinigkeiten auch der sogenannten
 412 „Qualitätszeitungen“ (Gerät ist ausgefallen!!)
 413 Ich glaube hat der Zuseher keinen Schaden
 414 davon und es ist auch kein großer
 415 journalistischer Fauxpas wenn wir um 19:20
 416 sagen würden, bei dem Erdbeben hat es 425
 417 Tote gegeben und zehn Minuten später
 418 kommt a Meldung, na es waren nur 415. Was
 419 anderes ist jetzt, wenn ein österreichischer
 420 Politiker...
 421 LH:....
 422 AM: Genau, was auch immer.
 423 LH: Aber wie würden Sie jetzt in Ihrer
 424 Redaktion damit umgehen, wenn jetzt so
 425 etwas passiert? Beziehungsweiße, würden
 426 Sie, ja.
 427 AM: Das kommt auf die Schwere an. Wenns
 428 in einer Sendung war, dann wird noch in der
 429 Sendung korrigiert, ansonsten kann man das
 430 auch in der nächsten Sendung klären aber
 431 schon wenn es das Beispiel von vorher mit
 432 den Zahlen, also wenn sich die Behörden
 433 geirrt haben, dann kommt es nicht so gut,
 434 wenn ma sagen gestern haben wir die falsche
 435 Zahl verbreitet. Es hat ja keiner einen
 436 Schaden davon. Das ist ja vernachlässigbar
 437 so was.
 438 LH: Wenn man, ich nenn jetzt ein ganz blödes
 439 Beispiel, wenn man den Namen eines
 440 Politikers falsch genannt hat, also von er hat
 441 drei Namen und man hat vier Namen genannt
 442 oder was weiß ich, so was in der Art. Ist das
 443 dann wert korrigiert zu werden? Oder?
 444 AM: Das kommt jetzt drauf an, okay sag ma
 445 der Politiker hat Steuer hinterzogen und ich
 446 sag, der Politiker Y hat Steuern hinterzogen
 447 na dann wär ich gut daran tun den Fehler zu
 448 korrigieren, weil wir sonst als Erster wegen
 449 Rufschädigung verklagt werden. Aber so was
 450 sollte eigentlich nicht passieren, aber
 451 selbstverständlich das schon korrigiert also
 452 wenn jetzt da keine Ahnung diese Beispiele.
 453 Wenn jetzt im Eifer des Gefechts der
 454 Moderator Hans Christian Strache sagen
 455 würde, dann würd er nicht in der nächsten
 456 Sendung, liebe Leute der man heißt Heinz

457 Christian Strache und nicht Hans Christian
 458 Strache.
 459 LH: Was würden Sie sagen, wie viel von
 460 Ihrem Material ist selbst produziert und wie
 461 viel ist Fremd?
 462 AM: Keine Ahnung, also ich hab noch nicht
 463 nachgerechnet, aber sicher zwischen 97-98
 464 Prozent ist selbst produziert.
 465 LH: Ja?
 466 AM: Ja, Sie dürfen nicht vergessen, dass
 467 ATV-Aktuell vom Inhalt her sehr stark
 468 Österreich fokussiert ist. Wir haben ja keine
 469 Korrespondenten. Deswegen hat das wenig
 470 Sinn auch nicht irgendwie zu versuchen mit
 471 den öffentlich-rechtlichen mithalten zu wollen.
 472 Können wir auch nicht. Ich hab kein
 473 weltumspannendes Korrespondenten-Netz,
 474 wie das der ORF hat. Internationale
 475 Geschichten machen wir dann, wenn sie
 476 relevant san. Das klingt jetzt total zynisch. Es
 477 ist nicht so gemeint, aber man kann nicht
 478 jeden Bombenanschlag in Bagdad berichten
 479 und so zynisch es auch klingt, es interessiert
 480 auch die österreichische Öffentlichkeit ein
 481 Bombenanschlag in Bagdad nicht. Ich mein
 482 man muss einfach die Tatsache stellen, dass
 483 man eine beschränkte Sendezeit hat. Bei der
 484 Nachrichtensendung am Abend da sortiert
 485 man natürlich nach der Relevanz der Themen
 486 aus und das ist halt hier die Nähe zu den
 487 Zusehern und Neuigkeiten.
 488 LH: Also Nachrichtenwerte?
 489 AM: Natürlich, ja und von daher ist es für uns
 490 klar, dass wir sehr stark auf Österreich uns
 491 konzentrieren und da unseren Schwerpunkt
 492 setzen.
 493 LH: Würden Sie sich vielleicht Richtlinien oder
 494 Gesetzesbestimmungen wünschen, die das
 495 alles regeln, den Umgang mit Fremdmaterial?
 496 AM: Wie soll das ausschauen?
 497 LH: Keine Ahnung, von diesen Quellen
 498 verwenden sie kein Material.
 499 AM: Ich glaube nicht, dass der Staat solche
 500 Richtlinien...
 501 LH: Auch jetzt redaktionelle Richtlinien
 502 gemeint.
 503 AM: Also wir haben schon unsere
 504 redaktionellen Richtlinien basierend auf
 505 einigen Dingen. Dem journalistischen Ethos,
 506 dem gesunden Menschenverstand und wenn

507 man so will, aber diese Regeln stehen unter
508 ständiger Überprüfung, logischerweise. Vom

509 Medienrecht halte ich nichts, weil das
510 eigentlich fraglich ist.
511 LH: Gut, danke, das war eigentlich alles.

Name: Jürgen Peindl (abk. JP)

Beruf: Chefredakteur & Moderator der ProSieben Austria News.

Datum: 17.05.2010

1 LH: Wie verläuft der Prozess von der Auswahl
2 des Fremdmaterials bis zur Ausstrahlung in
3 Ihrer Nachrichtensendung?
4 JP: Je nach Nachrichtenlage. Thema
5 festlegen, diverses Agenturmaterial sichten...
6 Wir sind aber auch bei 'kleineren Dingen'
7 hellhörig. Denn auch darin kann sich eine
8 große Story verbergen.
9 LH: Gibt es in Ihrer Redaktion spezielle und
10 verbindliche Richtlinien, die den Umgang mit
11 Fremdmaterial regeln?
12 JP: Es gibt von APTN und von Reuters bzw.
13 von den anderen Agenturen ja sowieso
14 allgemeine Geschäftsbedingungen und
15 Verträge mit uns. Da ist genau geregelt, was
16 man wo, wie senden darf und wann nicht
17 mehr etc.
18 LH: Gibt es Gesetzesbestimmungen, die Sie
19 für das journalistische Handeln mit
20 Fremdmaterial als zu eng oder zu locker
21 gefasst empfinden?
22 JP: Nein. Im Gegenteil, die journalistische
23 Selbstständigkeit muss bewahrt werden.
24 Weniger Einfluss durch den Staat, mehr
25 Freiheit für den Journalisten.
26 Das muss das Ziel sein.
27 LH: Nach welchen Kriterien suchen Sie
28 Fremdmaterial aus, welches für Ihre Sendung
29 geeignet ist? Nach den Kriterien der Qualität,
30 Aktualität, Bildstärke.
31 LH: Prozentuell gesehen, wie viel
32 Sendematerial stammt aus Eigenproduktion
33 und wie viel aus Fremdproduktion?
34 JP: 2/3 Eigenproduktion, 1/3 aus Fremd-
35 Agenturmaterial
36 LH: Wie wird Fremdmaterial im Vergleich zu
37 selbst produziertem Material auf
38 Richtigkeit/Verlässlichkeit geprüft, bevor es
39 ausgestrahlt wird?

40 JP: Der Materialgeber haftet dafür. Das ist mit
41 zahlreichen Verträgen untermauert.
42 Aber große Agenturen wie Reuters und APTN
43 arbeiten diesbezüglich sehr, sehr sorgfältig!
44 LH: Welche Fakten bei Fremdmaterial werden
45 immer geprüft?
46 JP: Alle. Wer, was, wann, wo, warum...
47 LH: Welche Anbieter von Fremdmaterial
48 werden von Ihnen verwendet?
49 JP: APTN, REUTERS, APA, diverse
50 internationale Agenturen, N24 (weil
51 Schwestersender). Alle, die was gutes
52 anbieten!
53 LH: Welche Anbieter von Fremdmaterial
54 haben sich als verlässlich erwiesen?
55 JP: Oben genannten!
56 LH: Welche müssen sorgfältig geprüft werden
57 bevor ihr Material verwendet wird?
58 JP: Privatpersonen, aktivistische Vereine
59 LH: Von welchen Anbietern wird das Material
60 überhaupt nicht für die Sendung
61 übernommen?
62 JP: Gibt es nicht...
63 LH: Wer entscheidet letztlich, ob allenfalls
64 strittiges Fremdmaterial gesendet wird?
65 JP: Der Chefredakteur und das bin ich.
66 LH: Wird in der Anmoderation oder im
67 Nachspann auf den Ursprung der Quelle
68 verwiesen?
69 JP: Wenn es notwendig ist, ja - meist mit
70 einem Insert, wenn das Material zu sehen ist.
71 Aber bei den gängigen Verträgen muss man
72 das nicht, man zahlt ja eh dafür!
73 LH: Gab es in der Vergangenheit Fälle, in
74 denen fehlerhaftes oder mangelhaftes
75 Material zur Missinformation geführt hat?
76 JP: Zum Glück nicht.
77 LH: Welche Konsequenzen folgen aus
78 solchen Fällen?

79 JP: Genaue Überprüfung vor Ausstrahlung!
80 Das ist essentiell wichtig.
81 LH: Wie kann man Ihrer Meinung nach am
82 besten seriöses von fragwürdigem
83 Fremdmaterial unterscheiden?
84 JP: Vorsicht bei Privatpersonen und
85 aktivistischen Vereinen.
86 Große Agenturen wie Reuters oder APTN
87 müssen sorgfältig arbeiten.
88 Sie produzieren für TV-Sender auf der ganzen
89 Welt. Wenn da was falsch läuft, dann merken
90 das gleich hunderte! Und das gibt dann intern
91 große Konsequenzen bei der jeweiligen
92 Agentur.

93 LH: Würden sie sich gesetzliche oder
94 redaktionelle Richtlinien wünschen, die den
95 Umgang mit Fremdmaterial regeln bzw.
96 regulieren?
97 JP: Nicht nötig.
98 LH: Verwenden Sie User Generated Content?
99 JP: Wir greifen selten auf solch einen Content
100 zurück.
101 Kommt vor, falls es ein sensationelles Video
102 eines Zeugen (oder so in die
103 Richtung) ist. Aber das wird dann auch
104 doppelt und dreifach von den
105 jeweiligen Redakteuren gegen gecheckt!

10.6 Lebenslauf

Persönliche Daten

Vor-/Nachname: Lea Hizgilov, Bakk. phil.
Geburtsdatum: 9. September 1983
Geburtsort: Wien, Österreich
Nationalität: Österreich



Ausbildung

Seit März 2008: Mag-Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Hauptuniversität Wien

2006 -2007: Overseas Program for Undergraduate Students at the Tel Aviv University

2004 –2008: Bakk-Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Hauptuniversität Wien

2001 – 2004: Aufbaulehrgang (HAK) der Vienna Business School

1998 – 2001: Fachschule für Mode und Bekleidungstechnik

Praktika und Projekte

02/2010-04/2010 **Praktikum Redaktion Wien**
Themenfindung, Recherche, Interviews

08/2007-02/2010: **Assistentin der Finanzabteilung von Honeywell L.S. Austria**
Abwicklung tagesaktueller Buchungssagenden

01/2007- 06/2007: **Webseitensupport Tinte Toner Shop.de in Israel**
Englisch-Deutsch Übersetzung, Entwicklung von Kommunikationsstrategien

08/2005 – 09/2005: **Assistentin im Bereich Medical Affairs bei Baxter**
Betreuung von Fallstudien (Englisch-Deutsch)

- 09/2004-08//2005: **Assistentin der Geschäftsleitung von Adecco (aushilfsweise)**
 Sekretariatsagenden, Unterstützung in der Marketing- und
 Buchhaltungsabteilung
- 07/2003-08/2003: **Ferialangestellte im jüdischen Museum**
 Aufsicht
- 07/2002-08/2002: **Praktikum bei der Zeitschrift „Die Gemeinde“**
 Recherche, Archivierung
- 08/1999-09-1999: **Ferialangestellte in einem Sozialhilfeinstitut**
 Sekretariatsagenden, Unterstützung der Kommunikationsplattform

Besondere Kompetenzen

- Sprachen: Deutsch fließend
 Englisch fließend
 Hebräisch fließend
 Russisch gut
 Französisch gut
- EDV-Kenntnisse: Word, Power Point, Excel, Access, Adobe, Photoshop, Navision,
 Open Office und CAD
- Mode-Kenntnisse: Entwerfen, technisch Zeichnen, Schnittzeichnen
 und Nähen